universität wien

Magisterarbeit

Titel der Magisterarbeit

„Weblogs – eine Bereicherung für Journalisten?“

Eine qualitative Analyse anhand von Experteninterviews mit bloggenden österreichischen Journalisten basierend auf deren Weblog-Nutzungsverhalten

Verfasserin
Nina Victoria Bennett Bakk.

angestrebter akademischer Grad
Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, im Dezember 2008

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A066/ 841
Studienrichtung lt. Studienblatt: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Betreuerin: PD Mag. Dr. Gerit Götzenbrucker

Für meine Eltern.

Abstract deutsch

Die Nutzung von Weblogs durch österreichische Journalistinnen und Journalisten wurden bisher von der Literatur noch nicht hinreichend erarbeitet. Diese Arbeit präsentiert speziell die Situation von Journalisten-Blogs in Österreich, die im Vergleich zu der Fülle an Journalisten-Weblogs anderer Länder weitestgehend kleiner erscheint. Nach einer kurzen begrifflichen Einführung in die Thematik, wird sich der historischen Entwicklung von Massenmedien und den damit einhergehenden Faktoren, die im Wandel stehen, gewidmet. Im Anschluss befasst sich die Arbeit mit Themenbereichen, die auch in der empirischen Studie von Bedeutung sind. Die empirische Untersuchung basiert auf Experteninterviews mit bloggenden Journalisten und Journalistinnen nationaler Tageszeitungen, wobei diese anhand der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring ausgewertet werden. Die Interviews umfassen Fragen zu den vier Themenbereichen: Nutzungsmotive, Qualität, Weblogs als Werkzeug und das Verhältnis zwischen der Blogosphäre und traditionellen Medien. Demnach gilt es herauszufinden, welche die vordergründigen Nutzungszwecke und Nutzungsmotive von Journalisten sind, welchen Grad der Qualitätssicherung bloggende österreichischer Journalisten in ihren eigenen Weblogs setzen und wie diese das Verhältnis zwischen den traditionellen Medien und der Blogosphäre einschätzen. Dabei konnten für die wissenschaftliche Forschung neue Erkenntnisse ausgemacht werden, die besonders in nationaler Hinsicht relevant sind.

Abstract englisch

The use of weblogs by Austrian journalists has not been sufficiently discussed in literature so far. This master thesis analyses the situation of weblogs by Austrian journalists. In many other countries, however, there seems to be a greater amount of journalism blogs. After a short conceptual introduction in this subject, the historical development of mass media and the changing factors, that go along with it, will be discussed. In the following the masterthesis deals with topics which are also of importance for the empirical survey. The empirical study is based on expert interviews. Thus, the interviews of journalists in daily newspapers will be evaluated by the Qualitative Content Approach, introduced by the German scientist Philipp Mayring. The interviews include questions of the following four topics: the motivation for the use of weblogs, the criteria of quality and ethics in blogs and weblogs as an instrument of media coverage. Furthermore, the connections between the Austrian blogosphere and traditional media will be explored. The interviewees are offered the possibility to define and reflect on their own online activity. According to that, the aim is to detect the superficial purposes and the reasons for journalists to use this form of communication. The degree of quality assurance of blogging Austrian journalists in their own blogs, as well as the link between traditional media and blogosphere shall be explored. To conclude with, new scientific findings that are of particular relevance in national respect will be presented.

Danksagung

Während des Studiums und der Erarbeitung der vorliegenden Magisterarbeit haben mich einige Personen begleitet und unterstützt.
Dafür möchte ich mich ganz herzlich bedanken.

Im Besonderen gilt dies für meinen Freund, Thomas Goiser, der trotz seiner begrenzten Zeit, bei zahlreichen Diskussionen wertvolle Beiträge einbrachte und mich in dieser Zeit mit Liebe und Zuspruch stets unterstützt hat.

Außerordentlicher Dank gebührt meiner Freundin Caroline Hartmann, die mir in dieser Zeit zur Seite stand und immer ein offenes Ohr lieh.

Großartige Unterstützung bekam ich von meinen Freunden Marcus Krall, Sabrina Amlacher und Stefanie Amlacher, die sehr viel Energie opferten, um meine Arbeit Korrektur zu lesen. Ihnen gebührt daher besonders Lob.

Besonderer Dank gilt auch den sich für die Untersuchung zur Verfügung gestellten Journalisten und Journalistinnen, die mir durch ihre Bereitschaft zur Teilnahme an der empirischen Studie, die Chance auf diese Forschungsarbeit erst eröffneten.

Meiner Betreuerin, PD Mag. Dr. Gerit Götzenbrucker gebührt für die freundliche Unterstützung und die Anleitung in der Entwicklung dieser Arbeit, die mich immer wieder einen Schritt weiter gebracht hat, besonderer Dank.

Abschließend bedanke ich mich bei meinen Eltern, Gabriele Bennett und Christian Dreier, die mich während der gesamten Studienzeit gefördert und unterstützt haben. Außerdem bedanke ich mich für das Verständnis und die Liebe, die sie mir in diesen Jahren immer wieder entgegen brachten.

Die Unterstützung der oben genannten Personen trug im Wesentlichen dazu bei, dass das Verfassen dieser Arbeit insgesamt eine positive und bereichernde Erfahrung darstellte.

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit eigenständig und ohne fremde Hilfe verfasst und entsprechend der Richtlinien redlichen wissenschaftlichen Arbeitens der Universität Wien (veröffentlicht im Mitteilungsblatt vom 31.1.2006) sorgfältig überprüft habe.
Ich habe andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt sowie die entnommenen Stellen als solche gekennzeichnet. Diese Arbeit wurde nicht bereits in anderen Lehrveranstaltungen von mir oder anderen zur Erlangung eines Leistungsnachweises vorgelegt.

Wien, am 10. Dezember 2008

Nina Victoria Bennett

INHALTSVERZEICHNIS

TABELLENVERZEICHNIS xiii

ABBILDUNGSVERZEICHNIS xiv

Einleitung 1

1. Was ist ein Weblog? 5

1.1. Begriff und Definition 5

1.2. Formale Kriterien und Merkmale 11

1.3. Inhaltliche Differenzierungen 18

1.3.1. Kategorisierung durch formale Kriterien 18

1.3.2. Kategorisierung durch inhaltliche Kriterien 19

1.4. Ursprünge und Entwicklungen 22

1.5. Weblogs – Medien mit Push- und Pull-Charakter 24

1.6. Kommunikation und Sprache 25

1.7. Journalisten-Weblogs 28

2. Massenmedien und Wandel der öffentlichen Kommunikation 33

2.1. Individualisierte Massenkommunikation 33

2.2. Alternative Massenkommunikation 35

2.3. Gesellschaft und Wandel 39

2.4. Journalismus und Wandel 41

2.5. Strukturwandel der Öffentlichkeit 48

2.5.1. Strukturwandel der Öffentlichkeit im Internet 51

2.6. Strukturwandel der Medienkommunikation 54

3. Journalismus 58

3.1. Was ist Journalismus? 58

3.2. Funktionen von Journalismus 61

3.3. Das Rollenselbstverständnis traditioneller Journalisten 68

4. Weblogs und Journalismus 70

4.1. Sind Weblogs Journalismus? 71

4.2. Nutzungsmotive von Weblogs 73

4.3. Qualität in Weblogs und im Journalismus 76

4.3.1. Der Qualitäts-Begriff 76

4.3.2. Journalistische Qualität und ihre Kriterien 78
4.3.3. Ethik im Journalismus 84
4.3.4. Qualität in Weblogs 87
4.3.5. Weblog-Ethik 91
4.3.6. Glaubwürdigkeit in Blogs und im Journalismus 95
4.4. Weblogs als Werkzeug für Journalisten 98
4.5. Das Verhältnis zwischen traditionellen Medien und der Blogosphäre 103
4.5.1. Die Blogosphäre – Begriffsbestimmung 103
4.5.2. Zum Verhältnis von Bloggern und Journalisten 108
4.5.3. Weblogs als Herausforderung für traditionelle Medien 111
4.5.4. Barrieren für den Bedeutungsverlust klassischer Medien 113
4.5.5. Weblogs als Bereicherung für traditionelle Medien 116
5. Ziel der Untersuchung und Forschungsfragen 119
5.1. Problemstellung 119
5.2. Ziel der Untersuchung 119
5.3. Forschungsfragen und Thesen 120
6. Entwicklung des Untersuchungsinstruments 124
6.1. Untersuchungsgegenstand 124
6.2. Untersuchungsmethoden 124
6.2.1. Erhebungsmethode: Experteninterview 124
6.2.2. Auswertungsmethode: Qualitative Inhaltsanalyse 127
7. Durchführung der Untersuchung 133
7.1. Kriterien für die Auswahl der Befragten 133
7.2. Zusammensetzung der Untersuchungsgruppe 134
7.3. Untersuchungsphasen 134
7.3.1. Präkommunikative Phase 134
7.3.2. Kommunikative Phase 135
7.3.3. Postkommunikative Phase 135
7.4. Leitfaden für das Experteninterview 135
8. Datenaufbereitung und Auswertungsverfahren 137
8.1. Aufbereitung des Materials 137
8.1.1. Wahl der Darstellungsmittel 137

8.1.2. Techniken der Protokollierung 137
8.1.3. Die Konstruktion deskriptiver Systeme 139
8.1.4. Informationen zur Transkription 140
8.2. Auswertungsverfahren 141
9. Ergebnisse der empirischen Untersuchung 143
9.1. Interpretation der Ergebnisse 143
9.1.1. Erwartungsgemäß eingetroffene Ergebnisse 144
9.1.2. Ergebnisse, die von den Erwartungen abweichen 155
9.1.3. Neue Ergebnisse bzw. Innovationen 164
9.2. Beantwortung der Forschungsfragen 174
10. Diskussion der Ergebnisse 181
Schlussfolgerung und Ausblick 189
LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS 192

ANHANG
INTERVIEWLEITFADEN
INTERVIEWS FÜR DAS AUSWERTUNGSVERFAHREN
SAMMLUNG DER PROTOKOLLE DER NEBENHANDLUNGEN
INTERVIEWS INKLUSIVE PRÄGNANTE MERKMALE DES GESPRÄCHSVERLAUFS
KODIERLEITFADEN
KODIERREGELN
KATEGORIENSYSTEM
PARAPHRASIERUNG UND ZUSAMMENFASSUNG PRO KATEGORIE
LEBENSLAUF

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Merkmale von Weblogs. 11
Tabelle 2: Vor- und Nachteile von Weblog-Services. 14
Tabelle 3: Repressiver vs. Emanzipatorischer Mediengebrauch. 38
Tabelle 4: Paradigmen der Vermittlung öffentlicher Kommunikation. 53
Tabelle 5: Gesellschaftliche Funktionen der Massenmedien. 64
Tabelle 6: Journalistische Qualitätskriterien im Wandel. 80
Tabelle 7: Journalistische Qualitätskriterien und Dimensionen. 83
Abbildung 3: Verwendung von Weblogs. 102
Tabelle 8: Dynamische und hierarchische Netze. 106
Tabelle 9: Das Verhältnis von Weblogs und dem traditionellen Journalismus 109
Tabelle 10: Stärken von Weblogs und dem traditionellen Journalismus im Vergleich 110
Tabelle 11: Weblogs: Beziehung zu den Nutzern und zu anderen Weblogs 110
Tabelle 12: Gründe für Vertrauen. 114
Tabelle 13: Thematische Module 123
Tabelle 14: Zuordnung der Fragen zu thematischen Modulen 124
Tabelle 15: Zusammensetzung der Untersuchungsgruppe 134
Tabelle 16: Häufigkeiten und Ausprägungen der Ergebnisse 144
Tabelle 17: Zuordnung zu den jeweiligen Ergebniskategorien 144
Tabelle 18: Bestätigte Nutzungsmotive 145
Tabelle 19: Bestätigte Qualitätskriterien 148
Tabelle 20: Bestätigte Kriterien der ethischen Aspekte 150
Tabelle 21: Bestätigte Nutzungszwecke von Weblogs als Werkzeug 151
Tabelle 22: Bestätigte Annahmen über das Verhältnis der Blogosphäre und den traditionellen Medien 154
Tabelle 23: Abweichende Nutzungsmotive 156
Tabelle 24: Abweichende Qualitätskriterien 158
Tabelle 25: Abweichende Kriterien der ethischen Aspekte 159
Tabelle 26: Abweichende Annahmen über den Qualitätsvergleich zwischen Journalisten und Nicht-Journalisten 160
Tabelle 27: Abweichende Ergebnisse zu Weblogs als Werkzeug allgemein 161

Tabelle 28: Abweichende Nutzungszwecke von Weblogs als Werkzeug 162
Tabelle 29: Abweichende Annahmen über das Verhältnis der Blogosphäre und den traditionellen Medien 163
Tabelle 30: Innovative Nutzungsmotive 165
Tabelle 31: Innovative Qualitätskriterien 168
Tabelle 32: Innovative Kriterien der ethischen Aspekte 169
Tabelle 33: Innovative Annahmen über den Qualitätsvergleich zwischen Journalisten und Nicht-Journalisten 170
Tabelle 34: Innovative Ergebnisse zu Weblogs als Werkzeug allgemein 171
Tabelle 35: Innovative Nutzungszwecke von Weblogs als Werkzeug 172
Tabelle 36: Innovative Annahmen über das Verhältnis der Blogosphäre und den traditionellen Medien 173

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Kommunikationstheoretische Einordnung von Weblogs. 25
Abbildung 2: Unterscheidung zwischen aktiver und passiver Nutzung von Weblogs seitens deutscher Medienschaffender. 99
Abbildung 3: Verwendung von Weblogs. 102
Abbildung 4: Ablaufmodell der inhaltlichen Strukturierung 129

Einleitung

Seit 2004 gewinnen Weblogs, kurz auch „Blogs“ genannt, rasant an Popularität. Diese sind für viele Bereiche von Bedeutung. Für Organisationen und Unternehmen bieten sie Chancen wie auch Risiken, für Privatpersonen sind sie Wege für Botschaften, für die Politik sind sie Möglichkeiten für Diskurse und Demokratie und für Medien und deren Mitarbeiter können sie als Wissenswerkzeuge fungieren wie auch Raum für Beteiligung und Austausch schaffen. Blogs überzeugen durch einfache Handhabung, kostengünstigen Zugang und weltweite Netzwerke. Manche sehen die Verbreitung des Weblog-Formats als schleichende publizistische Revolution. Nicht umsonst wurde das Wort „Blog“ in den USA durch den Wörterbuchverlag Merriam-Webster OnLine (www.merriam-webster.com) im Jahre 2004 zum „Wort des Jahres“ gewählt.

Weblogs haben längst Einzug in die Webpages österreichischer Medienunternehmen gefunden. Neben Websites österreichischer Medienunternehmen, bloggen Journalisten auch auf privaten Websites. Der Gesellschaftswandel, geprägt von Individualisierung, Demokratisierung, Globalisierung und Digitalisierung, erfordert den Einbezug neuer Kommunikationsinstrumente für Medienunternehmen. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit für Medienunternehmen, ihr Onlineangebot um diesen Kommunikationsdienst, der eine global organisierte, netzwerkartige Kommunikation ermöglicht, zu erweitern. Selbstverständlich existieren viele andere Kommunikationsdienste, wie beispielsweise Foren, Newsgroups, Datenbanken, Mailinglists, im Internet. Weblogs aber bündeln diese Dienste und vereinen sie zu einer neuartigen Kommunikationsplattform.

Untersuchungsgegenstand und Erkenntnisinteresse

Immer mehr Medienunternehmen nutzen Blogs um Inhalte für die Leserschaft bereitzustellen, aber auch freie Journalisten nutzen dieses Kommunikationsinstrument zu diversen Zwecken. In Hinblick auf die Betreiber österreichischer Journalisten-Blogs ist es interessant, was sie an dieser Möglichkeit der globalen Kommunikation interessiert, motiviert und inspiriert. Des Weiteren ist es von Bedeutung zu erkennen, inwiefern Blogs für Journalisten als Werkzeuge für ihre tägliche Arbeit fungieren und welchen Mehrwert sie sich dabei erhoffen. Dieser zentralen Fragestellung

soll diese Arbeit nachgehen, wobei der Schwerpunkt dabei vor allem auf der österreichischen Situation liegt.
Diese Arbeit will dazu beitragen, das Phänomen „Weblogs“, seine Auswirkungen auf österreichische Journalisten in ihrer täglichen Arbeit sowie seine Möglichkeiten und Konsequenzen für diesen Berufsstand zu verstehen.

Kapitelübersicht

Um diese Zielsetzung zu erreichen, wird im theoretischen Teil dieser Arbeit zunächst auf den Begriff „Weblog“, auf Merkmale, inhaltliche Differenzierungen, Ursprünge und Entwicklungen, Kommunikation in Weblogs und schließlich auf Journalisten-Blogs eingegangen.
In Kapitel 2 „Massenmedien und Wandel der öffentlichen Kommunikation“ wird einerseits individualisierte, andererseits alternative Massenkommunikation und in Hinblick auf Weblogs erläutert. Hierbei spielen auch der Wandel der Gesellschaft und des Journalismus eine Rolle. Weiters wird der Strukturwandel der Öffentlichkeit, mit einem Unterkapitel, dem Strukturwandel der Öffentlichkeit im Internet, erläutert.
Im dritten Kapitel der Arbeit geht es um Journalismus, wobei auch versucht wird darzustellen, was Journalismus ist und welche Funktionen der Journalismus zu erfüllen hat. Im Anschluss wird das Rollenselbstverständnis traditioneller Journalisten diskutiert.
Das vierte Kapitel widmet sich speziell Weblog und Journalismus, wobei zuerst die Frage – die in der Literatur häufig debattiert wird – ob Weblogs als Journalismus zu verstehen sind, geklärt werden soll. Im Anschluss wird das Augenmerk auf vier Themenbereiche – die auch für die empirische Studie von Bedeutung sind – gelegt. Hier wird auf Nutzungsmotive für die Führung eines Weblogs eingegangen, wobei sich in der Folge der Qualität in Weblogs und im Journalismus gewidmet wird. Dieses Unterkapitel befasst sich mit einer Klärung des Qualitätsbegriffes hinsichtlich des Journalismus sowie Weblogs, versucht in weiterer Folge Qualitätskriterien bzw. journalistische Kriterien für Qualität in diesen Bereichen aufzuzeigen. Dieses Kapitel umfasst auch die Gebiete Ethik im Journalismus und Weblog-Ethik. Außerdem wird kurz die Glaubwürdigkeit in Weblogs diskutiert. Das nächste Unterkapitel versucht festzustellen, ob Weblogs als Werkzeug für Journalisten fungieren können und welche Nutzungszwecke dabei von Bedeutung sind. Am Ende des Kapitels wird auf das Verhältnis zwischen der Blogosphäre und den traditionellen Medien eingegangen, wobei sich zuerst einer

Begriffsbestimmung der Blogosphäre und ihren Funktionen gewidmet wird, bevor dann auf das Verhältnis zwischen Journalisten und Bloggern eingegangen wird. Außerdem werden Weblogs als Herausforderung und mögliche Ergänzung oder Bereicherung für den Journalismus diskutiert.

Nachdem im theoretischen Teil ein Einblick in den Forschungsstand gegeben wurde, widmet sich der empirische Teil dieser Arbeit der Vertiefung bereits gewonnener Erkenntnisse und der Herausarbeitung möglicher Zukunftstendenzen, die besonders in nationaler Hinsicht von Relevanz sein könnten. Kapitel 5 gibt zunächst Aufschluss über die empirische Untersuchung, erläutert die Problemstellung und zeigt die für die Untersuchung relevanten Forschungsfragen und Thesen auf.

In Kapitel 6 wird auf die Entwicklung des Untersuchungsinstrumentes, nämlich auf den Untersuchungsgegenstand und die Untersuchungsmethoden eingegangen. Als empirische Erhebungsmethode wurden Experteninterviews, als Auswertungsmethode die strukturierende Inhaltsanalyse nach Mayring gewählt. Es wird sowohl die Vorgehensweise bei den Experteninterviews erläutert als auch die Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring genauer beschrieben.

Im darauf folgenden Kapitel 7, wird die Durchführung der Untersuchung erläutert, wobei die Kriterien der Auswahl der Befragten und die Zusammensetzung der Untersuchungsgruppe aufgezeigt werden. Außerdem werden die daraus hervorgehenden Untersuchungsphasen sowie der Leitfaden für das Experteninterview beschrieben.

Kapitel 8 widmet sich der Datenaufbereitung und dem Auswertungsverfahren Zuerst wird die Aufbereitung des Materials erklärt, nämlich in welchen Schritten diese stattfand und welche Aspekte hierbei zu beachten waren. Weiters werden dazu auch Informationen zur Transkription gegeben. Als zweites wird sich dem Auswertungsverfahren gewidmet und die Vorgehensweise erklärt.

Im folgenden Kapitel 9 werden die Ergebnisse der Untersuchung dargestellt. Zuerst wird die Auswertung der Experteninterviews anhand des Kategoriensystems vorgenommen, welches dem Anhang entnommen werden kann. Im Anschluss werden die Ergebnisse der Untersuchung dargestellt und die Forschungsfragen der und Thesen diskutiert bzw. beantwortet.

In Kapitel 10, dem letzten Kapitel, findet eine Diskussion der Ergebnisse anhand des aktuellen Forschungsstandes statt, während im Anschluss daran Schlussfolgerungen gezogen und ein

Ausblick präsentiert werden. In diesem Kapitel werden außerdem weitere Thesen generiert, die als Anregung für weitere Forschungen dienen können.

Schließlich möchte ich noch darauf hinweisen, dass in der vorliegenden Arbeit im Interesse der besseren Lesbarkeit des Textes meist nur die männliche Form verwendet wird, wobei jedoch stets beide Geschlechter gemeint sind. Die Entscheidung hierfür fiel aufgrund vieler englischer Begriffe, die keine Unterscheidung zwischen männlicher und weiblicher Form kennen. Selbstverständlich richtet sich die gewählte Form aber an beide Geschlechter.

1. Was ist ein Weblog?

1.1. Begriff und Definition

An erster Stelle erscheint es für diese Arbeit als grundlegend, sich unterschiedlichen Definitionen von Weblogs anzunähern, um einen Überblick möglicher Sichtweisen zu verschaffen. Die Herkunft des Begriffes sowie dem zugrunde liegende Definitionen werden in der Folge erläutert.

Der Begriff „Weblog" ist eine Wortschöpfung aus den Worten „Web" und „Log"[1]. Das Wort „Log" wurde ursprünglich vom Begriff „Logbuch" abgeleitet und entstand durch die Parallelen zwischen kommentierten Linklisten in Weblogs und Logbuch-Einträgen von Schiffskapitänen. Die Kurzform von Weblog wird mit „Blog" bezeichnet, wobei sich daraus die geläufigen Verben „bloggen" (englisch: „Blogging") sowie die Substantive „Blogger" und „Blogosphäre" (englisch: „Blogosphere") entwickelt haben. Als „Blogger" wird der Autor eines Weblogs bezeichnet, wobei dieser Begriff im Englischen wie auch im Deutschen verwendet wird (vgl. Armborst 2006, S. 9). Der Begriff wurde vom Weblog-Pionier Jørn BARGER, einem US-amerikanischen Programmierer, Philosophen und Betreiber des Weblogs *Robot Wisdom*, im Jahre 1997 geprägt (vgl. Michels 2006, S. 3). Er wollte mit diesem Prozess den Begriff des „logging the web" beim Surfen im Internet beschreiben (vgl. Alby 2007, S.21). Laut Jørn BARGER ist ein Weblog eine *„Web page where a Web logger ‚logs' all the other Web pages she [sic!] finds interesting"* (Zit. nach Blood 2004, S. 54). Die Kurzform „Blog" hingegen geht auf den Blogger Peter MERHOLZ zurück, welcher sich zu Beginn des Jahres 1999 für eine neue Aussprache des Wortes („Wee-Blog") einsetzte (vgl. Fischer 2007, S.7).

Die Blogosphäre definiert die Gesamtheit aller Blogs im World Wide Web, die aus den sozialen und kommunikativen Verbindungen zwischen Weblog-Betreibern und -Nutzern besteht. Durch den Aspekt, dass Weblogs in Hinblick auf Inhalte, Kommentare und Referenzen dicht miteinander verknüpft sind, hat sich mit der Zeit ein globales Netzwerk aus Weblogs, die Blogosphäre, entwickelt (vgl. Zerfaß 2005, S.20). Durch die Entwicklung einzelner Blogs zu einem besonders engmaschigen Netzwerk mit hoher Interaktivität lassen

[1] Im deutschen Sprachraum wird der Begriff meist mit dem sachlichen, manchmal auch mit dem männlichen Artikel verwendet.

sich Weblogs in die Kategorie der *Social Software* einordnen (vgl. Picot 2006, S.15). An dieser Stelle soll eine kurze Definition des Begriffes Social Software von Thomas N. BURG angeführt werden:

> *„Social Software comprises all of the information and communication technologies that enable the digital networking of individuals and groups. (…), Social Software enables the development of ad-hoc, (non-)centralized networks between users. This kind of network is ostensibly, to borrow a phrase from emergence theory, more intelligent than the sum of the individual parts." (Burg 2004, S.8f)*

Demnach bietet Social Software neue Quellen und Konzepte für das persönliche Networking auf globaler Ebene wie auch lokale Vermittlung. Die Entscheidung, ob und wie die Gesellschaft im Allgemeinen und das eigene Leben im Besonderen dadurch Veränderungen unterworfen sind, liegt jedoch bei dem Individuum selbst. Zweifellos ermöglicht Social Software den Nutzern in einem steigenden Ausmaß einander näher zu kommen und miteinander zu kommunizieren (vgl. Burg 2004, S.13).

Die Definitionsversuche für den Begriff „Weblog" gehen relativ weit auseinander, da die Betreiber von Blogs äußerst unterschiedliche Auffassungen diesbezüglich haben. Ursprünglich wurden Weblogs ausschließlich für private Zwecke verwendet. Private Internetnutzer führten demnach so genannte *Personal Blogs*, die zu Beginn als „Online-Tagebücher" oder „Journals" bezeichnet wurden. In diesen wurde zu persönlichen Gedanken und Themen Stellung genommen (vgl. Schwarz 2006, S. 203). Viviane SERFATY beschreibt die Entwicklung von Online-Tagebüchern folgendermaßen:

> *„Online diaries became widespread in or around 1995: as the number of households connected to the network increased throughout the United States, diaries were posted on individual homepages mostly by programmers or computer scientists." (Serfaty 2004, S. 19)*

Dabei bezieht sie sich auf Dave WINER und erklärt Tim BERNERS LEE zum (vermutlich) ersten Blogger weltweit:

> *„(…), the very first blog may be said to be that of Tim Berners Lee, the inventor of the World Wide Web, who posted his personal comments together with a few hypertextual links evaluating one year's achievements in online computing." (Serfaty 2004, S. 20)*

Auch Dan GILLMOR definiert das Phänomen Weblogs in seinen Ausführungen offensichtlich nur aus dem Standpunkt der anfänglichen Entwicklungen, wobei er dezidiert erwähnt, in welcher Form Einträge in Weblogs angezeigt werden:

> *„So what is a weblog, anyway? Generally speaking, it's an online journal comprised of links and postings in reverse chronological order, meaning the most recent posting appears at the top of the page." (Gillmor 2004, S. 29)*

Trotzdem wirkt diese Definition im Gegensatz zu GILLMORS sonstigen Überlegungen wenig umfassend. Dies erscheint insofern als irritierend, da er basierend auf den zahlreichen Quellenverweisen anderer Autoren auf sein Werk, als einer der bedeutenden Autoren in Hinblick auf das Weblog- Phänomen zu scheinen gilt. Bei BLOOD heißt es: *„A weblog is defined, these days, by its format: a frequently updated webpage with dated entries, new ones placed on top - but that won't tell you everything you need to know."* (Blood 2002, S. ix)

Auch Rebecca BLOOD verweist auf die chronologische Reihenfolge der Einträge in Weblogs, allerdings klärt sie noch im selben Satz, dass Weblogs weitaus mehr darstellen als dieses eine Wesensmerkmal. BLOOD gilt als eine der ersten Bloggerinnen der Welt und somit als bedeutsame Quelle im Weblogging-Bereich. Sie erklärt im folgenden Zitat, wie sie die Entwicklungen, empfindet:

> *„Just as email has made us all writers, weblogs have made all of us publishers. And Weblogs are publications, designed to be read by someone, whether it be a large global audience or (as is more commonly the case) a micro-audience of hundreds – or only a handful – of people." (Blood 2002, S. x)*

Selbstverständlich hat der Begriff auch Eingang in diverse Lexika und Wörterbücher gefunden. Um ein Beispiel zu nennen, ist im *Webster's New Millennium Dictionary of English* unter dem Begriff Weblog folgende Definition zu finden:

> *„a personal Web site that provides updated headlines and news articles of other sites that are of interest to the user, also may include journal entries, commentaries and recommendations compiled by the user; also written web log, Weblog; also called blog." (Webster's New Millennium Dictionary of English 2002 – 2006)*

Was sich hier zeigt – wie in den meisten Wörterbüchern – wird dem Phänomen in keiner Weise gerecht. Möglicherweise liegt es aber (auch wenn dieser Gedanke nicht bestätigt werden kann) an der rasanten Dynamik der Entwicklung dieses Phänomens, dass eine Definition vorliegt, die mit Erscheinen des besagten Werkes schon wieder als unzureichend und veraltet gelten kann.

Don Alphonso PORCAMADONNA, Autor, Blogger und Journalist, ist der Auffassung, dass die Frage, was Blogs eigentlich sind, als nicht schlüssig zu beantworten ist. Demnach meint er, dass es hilfreich sein könnte, das, was sie zweifellos sind, gegen das, was sie nach dem Willen gewisser Interessengruppen sein sollen, abzugrenzen. Zu ersterem meint er folgendes:

> *„Eine Kultur der Kommunikation, die ihre Vorläufer in den Mailboxen, Foren und Chatrooms hat, sich aber zu einem persönlichen Medium weiterentwickelt hat. In Blogs werden Texte und Bilder veröffentlicht, also kulturelle Leistungen erbracht. (…) Blogs zeichnen in ihrer Gesamtheit ein umfassendes Bild der Alltagskultur und das weitaus detaillierter, als es die Medien mit ihrer Begrenzung auf so genannte ‚relevante Inhalte' können. Relevanz ist beim Bloggen vollkommen irrelevant. Für Medien und Wissenschaft ist diese – in ihren Augen – Verweigerungshaltung bekannter medialer Strategien problematisch; noch schwieriger zu beantworten ist die Frage, warum andere Menschen diese irrelevanten Inhalte konsumieren." (Porcamadonna, in: Diemand 2007, S. 95)*

Im Laufe der Zeit haben sich Weblogs erheblich weiterentwickelt, besonders durch den Durchbruch im Jahre 1995, als verschiedene Firmen eine gebrauchsfertige Methode zur Datenübertragung zur Verfügung stellten, durch die jeder die Möglichkeit hatte, zu publizieren, was er wollte. Dies waren anwenderfreundliche Programme zur einfachen Erstellung und zur Publikation von Weblogs (vgl. Serfaty 2004, S.20). Heute findet man durch diese Entwicklungen im World Wide Web eine Fülle verschiedener Varianten bzw. wie SERFATY beschreibt *„a variety of genres"* (Serfaty 2004, S.22). Diese reicht von einfachen Linksammlungen über persönliche Tagebücher bis hin zu speziellen Fachbeiträgen sowie Blogs von Unternehmen, Medieninstitutionen, etc. Trotz unterschiedlicher Ausprägungen und Varianten von Weblogs können grundlegende Übereinstimmungen festgestellt werden, die sich wie folgt zusammenfassen lassen (vgl. Picot 2006, S. 14):

> *„Ein Weblog ist eine häufig aktualisierte Webseite, auf der Inhalte jeglicher Art in chronologisch absteigender Form angezeigt werden. Ein Weblog kann typischerweise die Form eines Tagebuches, eines Journals, einer What's-New-Page oder einer Linksammlung zu anderen Webseiten annehmen. Der Autor ist dabei entweder eine einzelne Person oder auch eine Gruppe. Alle Inhalte sind in der Regel durch Links mit anderen Webseiten verlinkt und können unmittelbar durch den Leser kommentiert werden." (ebd., S. 14)*

Eine technische Definition stammt von Cory DOCTOROW:

> *„A blog is a web page that contains brief, discrete hunks of information called posts. These posts are arranged in reverse-chronological order (the most recent posts come first). Each post is uniquely identified by an anchor tag, and it is marked with a permanent link that can be referred to by others who wish to link it." (Doctorow 2002, S. 1)*

Diese Definition bezieht sich allerdings lediglich auf drei Merkmale von Weblogs: Einträge, Tags und Permalinks, lässt aber andere Komponenten, wie die Verwendung, völlig aus. An dieser Stelle soll der vorigen Definition jene von Thomas N. BURG gegenüber gestellt werden:

> *„A weblog is – in technical terms – a content-management-system, enabling the user to focus his/her entire creativity on the generation of content. The software is responsible for directing all processes pertaining to publishing, archiving and syndication of content, with minimal intervention from the content creator." (Burg 2004, S. 10)*

BURG verweist in dieser Definition dezidiert darauf, was ein Weblog in technischer Hinsicht ist und gibt dadurch zu verstehen, dass ein Blog auch andere Komponenten enthält, die hier jedoch nicht erklärt werden. Außerdem scheint sie umfassender als jene von DOCTOROW zu sein, was vermutlich damit erklärt werden kann, dass zwischen den Erscheinungsdaten beider Werke zwei Jahre liegen. Laut ZERFAß bezeichnet ein Weblog einen thematischen Nachrichtendienst, der häufig in Form eines Tagebuches auf einer Website publiziert wird. ZERFAß hebt ebenfalls die regelmäßige Aktualisierung und die chronologische Reihenfolge der Einträge hervor. Er betont zudem eine stark dialogorientierte Kommunikation, die besonders expressive und authentische Ausdrucksformen ermöglicht (vgl. Zerfaß 2005, S. 20). Vanessa DIEMAND beschreibt in ihren Ausführungen zu dem Phänomen, dass der Autor in seinem Weblog diverse Intentionen verfolgt und je nach Interessenslage Informationen sammelt, informiert, selektiert, verlinkt und kritisch kommentieren kann. Meist bietet ein Blog seinen Lesern die Möglichkeit, Einträge zu kommentieren und somit auf den Verlauf der Diskussion Einfluss zu nehmen (vgl. Diemand, 2007, S. 8). Eine sehr persönliche Definition ist den Ausführungen von Cory DOCTOROW zu entnehmen: *„Blogs are rich tapestries of something-or-other, mind-croggling crazy quilts of opinion, fact, community, humor, bile and lust"* (Doctorow 2002, S. 2). Die Diskussionen über die Tatsache, dass Blogs sehr stark von der Persönlichkeit des Bloggers geprägt sind, verleiten Kritiker zu der Annahme, Weblogs als nichts anderes als moderne Newsgroups oder Foren zu sehen (vgl. Alby 2007, S. 22). Allerdings stellt dies eine falsche Annahme dar, da der Originalbeitrag des Weblog-Autors den Ausgangspunkt darlegt und die Rezipienten des Blogs diesen lediglich kommentieren können. Zwar können selbstverständlich Diskussionen entstehen, allerdings kann nicht jeder Nutzer eine neue Diskussion am Blog starten. Dies ist als ein wesentlicher Unterschied zu Foren oder Newsgroups zu verstehen. Eine solche Differenzierung wurde von Robert BASIC vorgenommen, die auf seinem Weblog *Basic Thinking* (http://www.basicthinking.de) nachzulesen ist:

> *„Blogs sind wie Foren asy[n]chrone [sic!] Kommunikationssysteme. Sie haben sich neben Newsgroups, Foren und Chats zum dritten Sammelplatz/Austauschmedium im Netz etabliert. (…) [Heute] ist nunmehr jeder User willens und in der Lage, im Handumdrehen - aufgrund der Reduktion der technischen Komplexität - noch viel einfacher als ein Forum oder eine Newsgroup ein Blog aufzusetzen. Blogs sind keine Gemeinschaftswohnungen. Es gibt einen*

> *Hausbewohner, den Gäste je nach Bedarf besuchen, weil er möglicherweise leckeren Kaffee und Kuchen anzubieten hat. Auf Foren und Newsgroups machen die Hausbewohner gemeinsam die Musik, jeder kann dazu seinen Kuchen mitbringen. Party! Auf einem Blog macht nur einer die Musik, er bestimmt die Lautstärke, er backt den Kuchen." (Basic Thinking, Weblog von Robert Basic)*

Es soll an dieser Stelle angemerkt werden, dass es unter Weblog-Autoren auch die Möglichkeit gibt, Kommentare nicht zuzulassen. Allerdings werden diese vom Großteil der Blogger als essentiell angesehen und damit werden jene Weblogs, die die Kommentarfunktion nicht anbieten, oftmals nicht als Weblogs bezeichnet (vgl. Alby 2007, S. 22). Die Persönlichkeit des Bloggers bestimmt den Stil des gesamten Weblogs, was auch aus Robert BASICS Weblog-Eintrag hervorgeht. Es kann auch vorkommen, dass man bei längerfristiger Rezeption eines bestimmten Blogs den Eindruck erhält, den Autor (persönlich) zu kennen. Biz STONE ist folgender Ansicht: *„A blog is a collection of digital content that, when examined over a period of time, exposes the intellectual soul of its author or authors."* (Stone 2004, S. 35)

Allerdings lässt sich ein Weblog nicht lediglich durch die Person des Autors festmachen, obwohl dieser zweifellos von großer Bedeutung ist, trotzdem weist ein Blog weitere wesentliche Merkmale auf. Hier erscheint Jan SCHMIDTS Definition als hilfreich, da diese auf Blogging-Standards basiert, die sich erst in jüngerer Zeit entwickelt haben:

> *„[Weblogs sind] (…) regelmäßig aktualisierte Webseiten, die bestimmte Inhalte (…) in umgekehrt chronologischer Reihenfolge darstellen. Die Beiträge sind einzeln über URLs adressierbar und bieten in der Regel die Möglichkeit, Kommentare zu hinterlassen. Dadurch sowie durch Verweise auf andere Weblogs, denen interessante Informationen entnommen wurden oder zu deren Autoren ein persönlicher Kontakt besteht, bilden sch Netzwerke von untereinander verbundenen Texte und Webseiten heraus; die Gesamtheit aller Weblogs wird als „Blogosphäre" bezeichnet." (Schmidt 2006)*

Die hier angeführten Blogging-Standards werden nicht von allen Bloggern in dieser Form befolgt. SCHMIDTS Definition spiegelt den aktuellen Entwicklungsstand des Weblog-Phänomens wider, wobei auch seine Definition keine feststehende Prognose darstellt, da es sich bei Weblogs um ein relativ junges Medium handelt, das einer stetigen Entwicklung unterworfen ist.

Da es durch die ständige Weiterentwicklung des Phänomens schwierig ist, den aktuellen Entwicklungsstand durch eine allgemein gültige Definition darzustellen, besteht bis zum heutigen Zeitpunkt keine allumfassende Begriffsbestimmung, wobei vermutet werden kann, dass es diese auch nie geben wird.

BAUSCH sieht diese Situation ähnlich und thematisiert die Tatsache, dass es genau so schwierig ist, alle guten Dinge die Weblogs ausmachen, zusammenzufassen, wie auch eine Definition aufzustellen, die allen Weblogs – oder zumindest den meisten - gerecht wird: *„As weblogs' style and format have envolved over time, defining a weblog in too specific terms is often difficult"* (Bausch, 2002, S.7). Biz STONE äußert sich in Hinblick auf die vorangegangenen Entwicklungen äußerst positiv und beschreibt den Rückblick mit folgenden Worten:

> *„A glance back at some of the people involved and the events that had to happen in order fort he blogging phenomenon to take place makes it seem eerily obvious that we would all one day participate in the creation and interpretation of the web." (Stone 2004, S.9)*

Jedes Mal wenn ein neues Medium entsteht, sind verschiedenartige Prognosen zu erwarten. Auf der einen Seite die Apologeten, welche die kulturellen und ökonomischen Vorteile des Mediums mit all seinen Zukunftschancen beschwören. Auf der anderen Seite die Apokalyptiker, die die Folgen des Mediums für die Gesellschaft beleuchten, wie z. B. Desintegration, Kulturverfall und schwindende soziale Relationen (vgl. Burkart/ Hömberg 2007, S. 258.)

1.2. Formale Kriterien und Merkmale

Weblogs werden mit Hilfe einfacher Content-Management-Systeme (CMS)[2] als Website im Internet publiziert. Diese zeichnen sich im Besonderen durch ihre einfache Bedienung sowie durch die oftmals kostenlose Bereitstellung aus. Des Weiteren soll nun auf die Merkmale, die Weblogs auszeichnen, eingegangen werden, wozu an dieser Stelle eine Tabelle zur Veranschaulichung dienen soll.

Technische Merkmale	*Formale Merkmale*	*Habituelle Merkmale*	*Inhaltliche Merkmale*
- Frei verfügbare Software - Permalinks - Zusätzliche Features: Archiv, Kommentarfunktion, etc. - RSS	- Umgekehrt chronologische Anordnung der Einträge - Datierung der Einträge	- Verlinkung - Kommentierung - regelmäßige Aktualisierung	- Textbasierte Kommunikationsplattform - Persönlichkeit des Autors im Vordergrund

Tabelle 1: Merkmale von Weblogs. *Eigene Tabelle nach Fischer 2007, S. 13.*

[2] Content-Management-Systeme, kurz CMS, sind Anwendungsprogramme, das die gemeinschaftliche Erstellung und Bearbeitung des Inhalts von Text- und Multimedia-Dokumenten ermöglicht und organisiert. Hier werden sie für das Internet programmiert. Es ist möglich ein solches System auch ohne Programmierkenntnisse zu bedienen. Der Informationsgehalt wird in diesem Zusammenhang als Content (Inhalt) bezeichnet (vgl. Fischer 2007, S. 12f).

Durch das Zusammenwirken der technischen, formalen, habituellen und inhaltlichen Merkmale geht hervor, dass Weblogs diverse Funktionen erfüllen. In technischer Hinsicht überzeugen sie durch die einfache Bedienung, die frei verfügbare (kostenlose oder -günstige) Software und Zusatzfeatures wie die Kommentar- und Archivfunktion. Auf formaler Ebene sind Weblogs durch die genaue Datierung der Einträge und die umgekehrt chronologische Anordnung derselben gekennzeichnet. Habituell spricht für Blogs die Funktion der Verlinkung und der Kommentare. Außerdem ist die regelmäßige Aktualisierung ein Kennzeichen eines regelmäßig gepflegten Weblogs. Durch die Aktualisierung von Blogs wird die schnelle Verbreitung von Informationen gewährleistet. In formaler Hinsicht können Blogs als textbasierte Kommunikationsplattform verstanden werden, bei welcher der Autor bzw. dessen Persönlichkeit im Vordergrund steht. Zur Erstellung und Veröffentlichung von Weblogs stehen unterschiedliche technische Möglichkeiten zur Verfügung, die in der Folge überblicksmäßig dargestellt werden.

Manuelles Veröffentlichen

Für das manuelle Veröffentlichen muss der Autor über HTML-Kenntnisse verfügen, da er neben der Gestaltung und den Inhalten des Weblogs auch den HTML-Code der Weblog-Seiten erstellen muss. Die Seiten des Weblogs müssen dann auf einen Weblog-Server hochgeladen werden, um sie für die Öffentlichkeit zugänglich zu machen (vgl. Picot 2006, S. 176).

Weblog-Skripte

Des Weiteren ist es möglich, Weblogs durch spezielle Weblog-Skripte zu veröffentlichen, bei welchen der Autor Weblog-Software auf einem dafür geeignetem Webspace installiert. „Diese Software ist meist in einer gängigen Internetskriptsprache wie Perl, PHP oder Python geschrieben, weshalb meist auch der Name >> Weblog-Skript << verwendet wird“ (Picot 2006, S. 176). Weblog-Skripte stellen eine Verwaltungsoberfläche zur Verfügung, auf welcher der Autor seine Inhalte veröffentlichen und verwalten kann. Durch das Skript werden die einzelnen Seiten in einer Datenbank zusammengeführt und gespeichert, woraus ein Weblogs entsteht, der dem Leser präsentiert werden kann. Des Weiteren bieten Weblog-Skripte für den Autor die Möglichkeit, mit den Lesern zu interagieren und Inhalte zu verwalten. Allerdings setzt diese Form der Veröffentlichung auch technische Vorkenntnisse

voraus (Picot 2006, S. 176f), diese sind geringer als bei Nutzern des manuellen Veröffentlichens.

Spezielle Weblog-Software ist in vielerlei Hinsicht für professionelle Nutzer vorteilhafter, da sie einerseits leistungsfähiger ist und sich andererseits speziell an die Wünsche der Kunden in Hinblick auf grafische Darstellung und inhaltlichen Bedürfnissen anpassen lässt. Sollte das Weblog auf Firmen- oder Unternehmensebene fungieren, lässt sich diese Software besser in den Workflow einbinden. Weitere Vorteile lassen sich auch beim Thema Datenschutz und Datenspeicherung festmachen. Somit sind wichtige Daten nicht auf fremden Servern gelagert bzw. gesichert, sondern am internen Server, auf welchen externe Personen keinerlei Zugriff haben. Demnach ist diese Möglichkeit insbesondere für Unternehmen und Institutionen von Vorteil. Meist wird Weblog-Software im Rahmen von Lizenzverträgen angeboten, mittlerweile ist sie aber bereits als freie Software (Open Source) erhältlich (vgl. Zerfaß 2007, S. 36f). Bekannte Weblog-Skripte sind u. a. Movable Type[3], Wordpress[4] und pLog[5].

Weblog-Services

In funktionaler Hinsicht gleichen Weblog-Services den zuvor erwähnten Weblog-Skripten, wobei diese Art der Veröffentlichung vermutlich am einfachsten ist. Weblog-Services bieten eine zentrale Infrastruktur und stellen aus einem Content-Management-System Vorlagen für die grafische Gestaltung von Blogs und den notwendigen Serverplatz zur Speicherung der Inhalte zur Verfügung. Dadurch können Blogs auf einfache Weise, kostengünstig, jedoch mit zugeschalteter Werbung innerhalb von Minuten erstellt und publiziert werden (vgl. Zerfaß 2007, S. 36). Einer der wesentlichen Vorteile von Weblog-Services besteht darin, dass der Autor keine technischen Vorkenntnisse benötigt. Demnach wird es auch technisch weniger versierten Nutzern möglich, durch dieses Service Weblogs zu erstellen und zu veröffentlichen. Besonders bekannte Weblog-Services sind „Blogger“[6], „Typepad“[7] und das deutsche Service „Blogigo“[8]. Die Vor- und Nachteile von Weblog-Services sollen in der folgenden Tabelle dargestellt werden:

[3] http://www.movabletype.org, Stand vom 17.6.2008
[4] http://www.wordpress.org, Stand vom 17.6.2008
[5] http://www.plogworld.net, Stand vom 17.6.2008
[6] http://www.blogger.com, Stand vom 17.6.2008
[7] http://www.typepad.com, Stand vom 17.6.2008
[8] http://www.blogigo.de, Stand vom 17.6.2008

Vorteile	*Nachteile*
Einfache Bedienung und schnelles Erstellen eines Blogs Aktualisierung von Übersichtsseiten und Archivseiten erfolgt automatisch Interaktionsmöglichkeiten für Besucher sind gegeben (Trackbacks und Kommentare). Inhalt und Gestaltung können getrennt bearbeitet werden. Es ist kein eigener Webspace notwendig Keine manuelle Installation und Einrichtung notwendig bzw. keine technischen Vorkenntnisse erforderlich	Anpassung der Weblog-Konfiguration nur eingeschränkt möglich Zugriff auf Daten nur beschränkt möglich.

Tabelle 2: Vor- und Nachteile von Weblog-Services. *Eigene Tabelle nach Picot 2006, S. 178.*

In Hinblick auf das Design bzw. die Gestaltung von Blogs lässt sich kein allgemein gültiger Darstellungsstil beschreiben. Diese Tatsache lässt es dem Weblog- Betreiber offen, wie er/ sie seinen/ ihren Blog gestalten möchte. Wenn man sich für die Führung eines Blogs durch Blog-Services entscheidet, werden dem Nutzer *„Layout-Schablonen oder Farbtafeln bereitgestellt, nach denen er sein Weblog individuell zusammenstellen kann. Mit wenigen Klicks wird es so auch im WWW unerfahrenen Nutzern möglich, Inhalte für das Netz bereitzustellen und bevorzugte Webseiten zu verlinken“* (Picot 2006, S.4). Grundsätzlich tritt die optische Darstellung bei Blogs eher in den Hintergrund, da die Inhalte das eigentliche Wesen eines Blogs darstellen. Wesentlich ist, dass die Inhalte auf eine chronologisch angeordnete und dialogorientierte Kommunikation abzielen. Durch den expressiven und authentischen Sprachstil werden die Interessen und Erfahrungen des Autors in den Vordergrund gerückt (vgl. Zerfaß 2007, S. 32). Die Produktion von Inhalten durch den Autor wird auch durch die einfache technische Bedienung – demnach durch die Automatisierung des Publikations-prozesses – unterstützt.

In weiterer Folge sollen die *Merkmale* festgehalten werden, die Weblogs charakterisieren. Ein wesentliches Merkmal eines Weblogs sind die Einträge, auch als *Postings* oder *Posts* bekannt. Die gesamte Online-Publikation orientiert sich an den Einträgen, was vermutlich auch ein Grund dafür ist, dass das Phänomen derart populär wurde. Die Einträge werden entweder mit Hilfe eines Computers oder eines Mobiltelefons eingegeben und vom Content-Management-System am Blog gespeichert. Im Falle eines *Moblogs* oder auch *Mobile Blogs*, bei welchem die Einträge durch ein Mobiltelefon verfasst und abgelegt werden, geschieht die Sicherung weitgehend automatisch (vgl. Zerfaß 2007, S.37). Jeder einzelne Eintrag wird durch eine

eindeutige Adresse (URL) im Internet gespeichert, so dass dieser jederzeit im Netz wieder auffindbar ist. Diese technische Komponente eines Blogs wird als so genannter *Permalink* oder als *Permanent Link* bezeichnet.

Links

Ein wesentliches Element von Weblogs bilden Links auf andere Quellen, durch welche der Leser Mehrwert aus einem Weblog erlangen kann, indem er den jeweiligen Link verfolgt und auf einer anderen Website weitere Informationen zu der von ihm erwünschten Thematik erhält.

Kommentare

Um mit den Besuchern eines Weblogs in Kontakt treten zu können, ist die häufigste Form der Interaktion die Kommentarfunktion. Üblicherweise wird eine Kommentarfunktion am Ende eines Eintrags als Eingabeformular zur Verfügung gestellt. Besucher können dort sowohl den Kommentar zu einem Eintrag einfügen, als auch zusätzliche Informationen wie Name und E-Mail Adresse angeben, die nach der Übermittlung des Kommentars gemeinsam mit dem Eintrag angezeigt werden.

RSS - Really Simple Syndication

RSS - Really Simple Syndication oder *„Rich Site Summary"* (vgl. Doctorow 2002, S.17) ist ein Dateiformat, durch dessen technische Funktion der Austausch von Informationen, der in Blogs ohnehin durch Schnelligkeit gekennzeichnet ist, um ein weiteres beschleunigt wird. Durch das Syndizierungsverfahren RSS können Weblogs auch von Nicht-Bloggern abonniert werden. Die Inhalte des Weblogs werden zusätzlich zur HTML-Darstellung auch im maschinenlesbaren RSS-Format angeboten. Dazu benötigt man zusätzlich eine Browser-Software, den News-Feeder[9], der im Internet häufig kostenfrei zur Verfügung gestellt wird (vgl. Picot 2006, S.4 und 183). Durch die Tatsache, dass neben etablierten klassischen Medien auch viele Blog-Betreiber ihre Angebote per RSS-Feed bereitstellen, erhalten die Inhalte beider dieselbe Relevanz.

> *„Die bahnbrechende Neuerung der Blog-Technologie und der zentrale Grund für die Popularität des gesamten Phänomens ist die konsequente Orientierung der gesamten Online-Publikation an einzelnen Einträgen (Microcontent) und die*

[9] Ein *News-Feed* ist ein kostenloser Nachrichtendienst, welcher es den Interessenten bei einem Abonnement ermöglicht, sich auf diese Art ein Informationsangebot nach speziellen Interessen zusammen zu stellen, was als *Aggregation* bezeichnet werden kann. (vgl. Picot 2006, S. 182f).

Integration offener Standards zum automatischen Austausch dieser Inhalte mit beliebigen anderen Websites, Nachrichtenplattformen und Programmen (Syndication und Aggregation)" (Zerfaß 2007, S.37).

Trackback, Pingback, Blogroll

Die netzwerkartige Kommunikation in Weblogs wird durch ihre Hypermedialität ermöglicht. Durch technische Funktionen von Blogs wie *Trackbacks* und *Blogrolls* werden Themenclusterungen und Links in Blogs möglich gemacht. Durch Verlinkungen von Einträgen in Blogs seitens der Autoren können Themen und Inhalte eines einzelnen Weblogs auf einfache Weise in andere Blogs integriert und verbreitet werden. Durch diese als *Trackback* bezeichnete Verlinkung ist es möglich, dass *„Informationen über Reaktionen auf einzelne Beiträge zwischen Weblogs ausgetauscht und die entsprechenden Hinweise bzw. Kommentare auf allen beteiligten Websites publik gemacht werden"* (Zerfaß 2007, S.38). Demnach machen Weblogs ihre Inhalte nicht nur auf der eigenen Seite öffentlich, sondern stellen sie auch für andere Informationsdienste zur Verfügung. Zu diesem Zweck dient insbesondere die zuvor erwähnte Funktion des *RSS*, welche die einzelnen Einträge codiert und unter einer eindeutigen Adresse als *Feed* bereitstellt. Trackbacks ermöglichen *„den schnellen Aufbau eines Kommunikationsnetzwerkes mit anderen Bloggern, die diese Trackbacks auf den eigenen Seiten einbauen […]"* (Picot 2006, S.5). Durch diese technische Komponente der Vernetzung kann sich ein einzelner Eintrag eines Bloggers in kürzester Zeit in der Blogosphäre verbreiten.

Durch das *Ping*-Verfahren, wird die Verlinkung von Weblogs im Internet unterstützt. Bei der Aktualisierung eines Blogs sendet es den so genannten *Ping* an Weblog-Verzeichnisse im Internet, die dann die Mitteilung verarbeiten und Listen ins Netz stellen, auf welchen die zuletzt aktualisierten Blogs verzeichnet sind (vgl. Picot 2006, S. 181). Somit kann ein Weblog, welches einen *Ping* an den jeweiligen Dienst gesendet hat, innerhalb von Sekunden einem weltweiten Publikum zugänglich gemacht werden.

Die *Blogroll*, ein wesentliches Merkmal von Weblogs, dient dazu, die beliebtesten Websites des Bloggers darzustellen und für andere sichtbar zu machen. BAUSCH definiert diese folgendermaßen:

„A blogroll is usually on the same page as the weblog, in a column on the side, and is a list of links to weblogs that are chosen by the author. The listed Weblogs are usually connected in some way by style, topics covered, or real-life friendship. Other times, the list is just a collection of Weblogs the author likes" (Bausch 2002, S.61).

Eine andere Definition von DOCTOROW wird folgend dargestellt: *„A blogroll is a list of blogs that you visit frequently and want to call others' attention to. This is more than free advertising for your friends and inspiration; it's also an easy way to keep track of sites that you want to revisit frequently"* (Doctorow 2002, S.8). Selbstverständlich hat dies auch eine soziale Komponente, da jene Blogs, die als besonders interessant gelten, häufiger verlinkt werden. Dies ist ebenfalls ein Aspekt für den Aufbau eines sozialen Netzwerks.

Mittels der im Hintergrund vorhandenen Technologien können Blogs explizit von anderen Publikationsformen im Internet unterschieden werden. Durch diese Technologien können sich erstmalig dezentrale Informationssammlungen zu globalen, interaktiven und sozialen Netzwerken zusammenschließen und dynamische Kommunikationsplattformen entstehen.

Tagging

Unter dem Begriff *Tagging* wird die Zuordnung von frei wählbaren Schlagworten und deren Zuordnung zu einer Webseite verstanden. Die Idee hinter dem *Tagging* ist keineswegs neu, allerdings lassen sich in Hinblick auf internet-basierte Dokumente wesentliche Vorteile verzeichnen.

Die meisten Webseiten werden in der Regel nur über Suchbegriffe erschlossen, wobei sich dies durch die korrekte Schreibweise, die dafür erforderlich ist, als problematisch darstellt. Außerdem kann der Suchende oftmals nur raten, nach welchen Begriffen er genau suchen muss, um das gewünschte Ergebnis zu erreichen. Dabei erweist sich die Vergabe von Schlagwörtern, den so genannten *Tags* als besonders hilfreich. Durch spezielle Aggregatoren können die Schlagworte ausgewertet und dem Suchenden in einer Liste grafisch dargestellt werden. In Weblogs ist es häufig der Fall, eine Ansicht der vergebenen Schlagworte und deren Häufigkeit anzuzeigen (vgl. Picot 2006, S.24). Je größer das Schlagwort in der Ansicht dargestellt wird, desto häufiger wurde es verwendet um die Website oder den Blog zu finden. Dadurch können die auf der Website vorliegenden Schwerpunkte visuell rasch erschlossen werden.

Die Subjektivität und Authentizität der Erfahrungen und Meinungen, die in Blogs publiziert wurden sowie die starke Beteiligung und große Resonanz, weckten das Interesse der traditionellen Medien auf das Weblog-„Phänomen" (vgl. Diemand 2007, S. 8). Inzwischen erscheinen Weblogs als besonders authentische und interaktive Alternative zur klassischen Informationsbeschaffung, wie über Print, TV und Hörfunk (vgl. Zerfaß 2005, S. 20).

Vielleicht aber auch durch die zunehmende Aufmerksamkeit durch die Massenmedien, entwickelten sich Blogs von rein selbstdarstellerischen Foren von Insidern zu gesellschaftsrelevanten Medien.

1.3. Inhaltliche Differenzierungen

Weblogs haben sich innerhalb kurzer Zeit zum Massenphänomen entwickelt. Die Tatsache, dass mittlerweile weltweit Millionen Weblogs existieren und das rasante Wachstum der Blogosphäre immer unüberschaubarer wird, geht mit der Vielfalt von Formen und Inhalten einher. Eine Kategorisierung von Weblogs ist jedenfalls unerlässlich, um einen Überblick zu verschaffen und um für diese wissenschaftliche Untersuchung eine Abgrenzung des Begriffes *Journalisten-Weblog* von anderen Weblog-Typen vorzunehmen. Im folgenden Kapitel sollen in erster Linie formale und inhaltliche Kriterien von Weblogs thematisiert werden. Journalisten-Blogs, ihre Einordnung und Differenzierung werden in Kap. 1.7 genauer behandelt.

1.3.1. Kategorisierung durch formale Kriterien

Die Kategorisierung von Weblogs umfasst einerseits die Unterscheidung von Blogs in *One-Author-* und *Multi-Author-Blogs*, sowie in *zeitlich limitierte* und *zeitlich unlimitierte Weblogs*, auf die in der Folge eingegangen werden soll. Eine wesentliche Unterscheidung von Blog-Betreibern ist zwischen Individuen und Körperschaften zu ziehen. In der Fachsprache werden Unterscheidungen zwischen *One-Author-Blogs* und *Multi-Author-Blogs* gezogen.

<u>One-Author-Blogs</u>

In Hinblick auf bloggende *Individuen* sind zwei Unterscheidungen zu treffen: Einerseits sind sie als Privatpersonen zu verstehen, die in eigener Sache private Interessen verfolgen und ohne institutionellen Auftrag kommunizieren. Andererseits können sie Personen sein, die in institutionellem Auftrag agieren und oft mit sehr engem thematischem Fokus oder einem speziellen Ziel (Kundenbindung, PR, etc.) ihre Gedanken und Meinungen für die Öffentlichkeit publizieren.

<u>Multi-Author-Blogs</u>

Die zweite Art von Blog-Betreibern sind so genannte *kollaborative Blogs* oder *Gruppenblogs*. Diese werden von mehreren Personen geführt, demnach die Bezeichnung des *Multi-Author-Blogs*. *„Der Betreiber hat die Möglichkeit, noch andere Blogger zum Verfassen von Beiträgen zu berechtigen. Dies kann beschränkt werden auf bestimmte User oder auf alle User*

desselben Systems" (Ainetter 2006, S.24). Zudem existiert eine andere Art der Gruppenblogs, jene von Betreibern, die nicht förmlich organisiert sind, sondern sich oftmals aus Interessensgruppen zusammensetzen. Ebenfalls zu den Gruppenblogs sind Weblogs von Verbänden, Vereinen und anderen nicht-kommerziell organisierten Körperschaften zu zählen.

Das zeitlich limitierte Weblog

Zeitlich limitierte Weblogs unterliegen einem bestimmten Zweck und werden daher nur für einen definierten Zeitraum bzw. die Dauer einer bestimmten Tätigkeit geöffnet, wobei der Zeitraum im Weblog selbst dargelegt wird (vgl. Ainetter 2006, S.24).

Das zeitlich unlimitierte Weblog

Grundsätzlich sind alle Blogs als zeitlich unlimitiert zu verstehen, allerdings existiert eine Reihe von Gründen, die das Ende eines Weblogs rechtfertigen. Da etwa ein Viertel aller publizierten Blogs nach dem ersten Eintrag nicht mehr bearbeitet werden und aus diesem Grund als inaktiv gelten müssen, kann dies als ein möglicher Grund für ein zeitlich limitiertes Blog sein. (Ainetter 2006, S.24f).

1.3.2. Kategorisierung durch inhaltliche Kriterien

Weblogs sind als Form der onlinebasierten Kommunikation auch inhaltlich zu unterscheiden, wobei sich hier ganz unterschiedliche Ausprägungen differenzieren lassen. Für einige Themen-Blogs haben sich bestimmte Bezeichnungen durchgesetzt, auf welche in der Folge eingegangen werden soll.

Personal Blogs

Die größte Anzahl von Weblogs im Internet machen private Weblogs oder auch „Personal Blogs" aus. Früher wurden diese als digitale Tagebücher bzw. Online Journale bezeichnet, in welchen Menschen ihre Gedanken, Erlebnisse und Gefühle festhielten und der breiten Masse zugänglich machten. Laut BAUSCH sind Personal Blogs wie folgt zu definieren: *„A personal Weblog is 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 2002, S.28).

Watchblogs

Als „Watchblogs“ sind jene Weblogs zu bezeichnen, die es sich zur Aufgabe machen, traditionelle Medienberichterstattung zu beobachten und in weiterer Folge zu analysieren und zu kritisieren. Das bekannteste Beispiel für einen Watchblog ist in Deutschland das so genannte BildBlog[10]. Christoph SCHULTHEIS und seine Mitarbeiter verfolgen die Berichterstattung der deutschen Bild-Zeitung und kritisieren fehlerhafte Meldungen, inhaltliche Ungereimtheiten etc. am Weblog. Das BildBlog kann auf einen Durchschnittswert von etwa 35.000 Leser pro Tag verweisen. SCHULTHEIS erklärt den Grund des Erfolges seines Weblogs wie folgt:

> *„Ein Weblog ist vor allem eine extrem komfortable Möglichkeit, Inhalte zu verbreiten. (…) Medien, die eigene Blogs starten, nur um einem Trend zu folgen, schlagen seiner Meinung nach den falschen Weg ein: „Man muss sich bewusst öffnen – und nicht aus Sorge, überrannt zu werden“ (Garmissen in: Journalist, 12/ 2005, S.55).*

Zu der Tatsache, dass die Medienkritik in Weblogs rasch zunimmt und auch die Anzahl der so genannten Watchblogs steigt, meint Universitätsprofessor Lorenz LORENZ-MEYER aus Darmstadt folgendes: *„Ja, da entsteht etwas. Und ich glaube in der Tat, dass das langfristig deutliche Auswirkungen auf die Qualität journalistischer Produkte hat“* (Mrazek in: Journalist, 1/2006, S.44).

Warblogs

Jene Blogs, welche im Laufe der Zeit die meiste Aufmerksamkeit von Medienunternehmen bekamen, waren die so genannten Warblogs. Warblogger sind Blogger, die sich zu politischen Gegebenheiten äußern und ihre Meinungen zu aktuellen Entwicklungen preisgeben. Sie wurden insbesondere durch die Terroranschläge des 11. Septembers 2001, den Irak-Krieg im Jahre 2003 und die Tsunami-Katastrophe 2004 populär und für viele klassische Medien interessant. *„These so-called war blogs typically evolved to include discussion of politics and current events, including, notably, extensive discussion of the 2002 and 2004 U.S. elections”* (Tremayne 2007, S. xiii). Die Terroranschläge des 11. Septembers zeigten – vermutlich zum ersten Mal in derartiger Deutlichkeit –, dass ein Publikum für nationale Nachrichten im Online-Bereich bestand. *„So berichteten Bürger von New York nach den Anschlägen des 11. September 2001 in eigenen Blogs aus der Stadt und stellten somit zeitweise die einzigen verfügbaren Informationsquellen dar“* (Eck, Klaus in: Schwarz 2006, S.203). BAUSCH beschreibt die Situation, wie Weblogs zu dieser Zeit verwendet wurden, wie folgt: *„Weblogs*

[10] http://www.bildblog.de, Stand vom 24.7.2008.

provided deep background, community support and outreach, firsthand accounts (…), and editorials. In some cases, Weblogs posted stories first and stayed with stories longer than traditional media" (Bausch 2002, S.36f). STONE spricht von einer "Power of Blogging", welchem besonders politische Blogger zustimmen. *„But these political bloggers' power is even more impressive when you realize that they are influencing the influencers"* (Stone 2004, S.172). Hier deutet STONE darauf hin, dass bereits zu diesem Zeitpunkt die traditionellen Medien die Berichterstattung in Weblogs verfolgten; dass Blogger die klassischen Medien damals in ihrer Berichterstattung beeinflussten.

Corporate Blogs

Eine weitere wichtige, sich etablierende Form von Weblogs sind *Corporate Weblogs* von Unternehmen und Organisationen. Mit Hilfe dieser werden für Unternehmen *„[…] insbesondere Image-, Thematisierungs- und Informationsfunktionen […]"* (Picot 2006, S. 39) gewährleistet. Die Nutzung dieser Weblogs trägt dazu bei, Produkte und Dienstleistungen oder die eigene Unternehmensstrategie extern wie auch intern zu kommunizieren.
In Hinblick auf *Corporate Weblogs* im Vergleich zwischen Deutschland und den USA zieht Thorsten WICHMANN, ehemaliger Geschäftsführer von Berlecon Research den Schluss:

> *„Blogger werden in den USA also schon stärker wahrgenommen. Auch Corporate Blogger sind in den USA schon viel häufiger anzutreffen als in Deutschland. Auf Basis des eigenen Indexes schätzt Sifry deren Zahl auf etwa 5.000, kommt aber zu der Einschätzung, dass Corporate Blogging noch ganz am Anfang steht" (Berlecon Research)*

Dementsprechend steht der Einsatz von Blogs im Rahmen der Unternehmenskommunikation auch in Österreich erst am Anfang.

Knowledge-Blogs

Knowledge-Blogs werden in der Regel dazu genutzt, als Werkzeuge im Wissensmanagement zu fungieren. Unter diesen versteht man *„[…] persönliche Weblogs, die von Wissens-arbeitern*[11] *im Intranet einer Organisation geführt werden"* (Picot 2006, S. 98). Dieser Blog fungiert als persönliches Journal eines Wissensarbeiters, welches genutzt werden kann, um Information zu speichern, zu annotieren, zu diskutieren und zu verteilen. Mit Hilfe eines

[11] *Wissensarbeiter* sind Mitarbeiter eines Unternehmens oder einer Organisation, die es sich zur Aufgabe machen, Wissen aufzunehmen, zu konstruieren, umzuformen und zu verteilen, um komplexe Probleme zu lösen (vgl. Picot 2006, S. 98f).

aktiven Knowledge-Blogs ist es möglich einen Pool mit Informationen für ein Unternehmen zu kreieren, welches für dieses einen effektiven Mehrwert bieten kann. Allerdings erfassen Knowledge-Blogs nicht nur kodifiziertes Wissen, sondern auch Gedanken und Meinungen des Wissensarbeiters, sowie persönliche, informelle Erfahrungen und Einschätzungen. Als persönliche Informationswerkzeuge sind Knowledge-Blogs jedoch nicht alleine ausreichend, um Wissen zu systematisieren, allerdings stellen sie gegenüber verfügbaren Systemen eine wertvolle Ergänzung dar. Außerdem ermöglicht ein solches Blog direkt an der Informationsquelle ein rasches Feedback und anregende Diskussionen mit Mitarbeitern oder externen Personen.

Politblogs

Durch Politblogs haben Politiker die Möglichkeit, ihre Wähler- oder Anhängerschaft zu mobilisieren und an sich zu binden. Gerade für Newcomer oder Spezialisten, die interessante Informationen bereit zu stellen haben, bietet das Internet, insbesondere die Publikation von Inhalten in einem Weblog, die Möglichkeit, eine große Öffentlichkeit zu erreichen. In den USA ist eines der bekanntesten politischen Blogs *Instapundit.com*. Außerdem nutzen viele US-Politiker durch eigene Weblogs die Möglichkeit, ihre (potenziellen) Wähler mit Informationen rund um den Wahlkampf zu versorgen (vgl. Alby 2007, S.45f). Diese Chance hat im Jahr 2004 der amerikanische US-Präsidentschaftskandidat Howard Dean genutzt. Er war der erste Politiker, der durch das Internet seine weltweite Bekanntheit erlangte (vgl. Picot 2006, S. 234). *„Blog for America was the official blog of the Howard Dean for America presidential campaign. It started on March 15, 2003, and is considered the first-ever official blog of presidential candidate"* (Stone 2004, S.174). Howard Dean nutzte in seinem Politblog damals die Möglichkeit zur Unterstützung aufzufordern, und konnte in seinem Weblog www.blogforamerica.com zu seinen besten Zeiten bis zu 300.000 Leser pro Tag an sich binden (vgl. Zerfaß 2007, S.30f). Weblogs von Politikern als eigenes Instrument der parteipolitischen Kommunikationsstrategien werden sich mit der steigenden Zahl von Weblogs in der Blogosphäre vermutlich noch weiter etablieren, als dies momentan der Fall ist.

1.4. Ursprünge und Entwicklungen

Im folgenden Kapitel soll versucht werden, einen kurzen Überblick über die Geschichte des Bloggens zu verschaffen.

Eine der ersten Webseiten, nämlich jene von Tim BERNERS-LEE hatte bereits eine starke Ähnlichkeit mit heutigen Weblogs. Diese Ähnlichkeit basiert auf einer vom Autor regelmäßig aktualisierten Liste – ähnlich der Blogroll –, welche alle damals existierenden Webseiten enthielt. In Anlehnung an Ulrike MICHELS kann festgestellt werden, dass die Entstehung und Entwicklung von Weblogs das Thema sämtlicher Diskussionen darstellte, besonders auch in Hinblick auf die Benennung einer spezifischen Person, welche den „Prototypen" eines Weblogs initiierte. Einige meinen, der amerikanische Programmierer Jørn BARGER wäre der erste Blogger gewesen, andere wiederum bezeichnen Dave WINER, Justin HALL'S „Links from the Underground" oder Jesse James BARRETT als solchen (vgl. Hudson 2001. zit. nach: Michels 206, S.6). In dieser Arbeit wird jedoch davon ausgegangen – da die Anhaltspunkte dazu andere bei Weitem übersteigen – dass der Amerikaner Jørn BARGER der erste – oder zumindest einer der ersten - Blogger gewesen sein muss, denn etwa zu dem Zeitpunkt, als er sein Tagebuch im Internet Ende 1997 erstmals mit dem Begriff "Weblog" bezeichnete, begann die Ära der Weblogs. Man erfand Softwareprogramme und Online Services, die meist einen kostenlosen Zugang anboten und das Einrichten und Betreiben eines Weblogs für jedermann ermöglichten. Ab 2002 fand das Phänomen „Weblogs" in den USA breitere Beachtung, da die Mainstream-Medien die erste „Bloggercon"-Konferenz an der Harvard-University aufgriffen und darüber berichteten. Bis etwa zum Jahre 2004 war die Blogosphäre noch einigermaßen überschaubar. 2004 spielten Weblogs im US-Präsidentschaftswahlkampf erstmals eine bedeutsame Rolle, da der demokratische Kandidat Howard DEAN sich diese Form der Publikation zum Nutzen machte, um einen Teil seiner Kampagnenarbeit im Internet zu organisieren. Auch seine Unterstützer berichteten zu dieser Thematik in privaten Blogs. Ebenso wurden um das Amt zwischen John Kerry und George W. Bush Blogs als Mittel im Präsidentschaftswahlkampf eingesetzt. Besonders interessant waren vermutlich jene Informationen über die Kandidaten, welche diese aus einem anderen Gesichtspunkt präsentierten, nämlich Informationen, welche in die traditionellen Medien bislang keinen Eingang gefunden hatten. Auch während der Tsunami-Katastrophe erlangten Weblogs zentrale Bedeutung. Bevor die klassischen Medien gehaltvolle Informationen lieferten, publizierten Betroffene ihre Erfahrungen und Geschehnisse aus der Krisenregion in ihren Blogs (vgl. Zerfaß 2007, S.20ff). Im Laufe der Zeit begannen auch traditionelle Medien über Weblogs zu berichten, wobei als einer der Gründe vermutlich auch das enorme Wachstum und die Dynamik der Berichterstattung in Blogs gesehen werden kann. Heute ist es nicht mehr möglich die Anzahl bestehender Weblogs auszumachen, da es keinem Dienst mehr gelingt, dies nachzuvollziehen. WRIGHT ist der Auffassung, dass man sich damit

begnügen sollte, zu wissen, dass es weltweit einige Millionen Blogger gibt und noch weitaus mehr Blog-Leser. (Wright, 2006, S. 28ff).

1.5. Weblogs – Medien mit Push- und Pull-Charakter

Mit der Etablierung von Weblogs im Internet begann die Diskussion um die Kategorisierung von Weblogs in Push- oder Pull-Medien. Die Begriffe „Push“ und „Pull“ finden ihre Ursprünge im Marketing, wobei sie hier zur Bezeichnung von verschiedenen Verkaufs- und Werbestrategien verwendet werden. Beispiele für Push-Medien sind etwa das Fernsehen und das E-Mail, während das Internet zu Pull-Medien zählt, obwohl auch im Internet heutzutage die Push-Anteile des Mediums rasch zunehmen.

Aufgrund ihrer konstitutiven Bedingungen lässt sich feststellen, dass sich Weblogs zwischen Push- und Pull-Medien platzieren lassen. Sie verbinden die jeweiligen Vorteile aus Push-Diensten – wie beispielsweise dem E-Mail – mit Pull-Diensten wie Foren und Chats. Durch die Tatsache, dass sich *News-Feeds* anonym abonnieren lassen, stellen sie im Gegensatz zu Foren eine eher offene Nutzergruppe dar. Durch die gezielte Entsendung der gewünschten Informationen an den Leser, der sich mit Hilfe von Aggregatoren seine Seiten zusammenstellen kann, bleibt dieser stets auf dem neuesten Stand. Durch dieses Charakteristikum lassen sich Weblogs an dieser Stelle als Pull-Medien definieren. Allerdings findet die Kommunikation in Blogs nicht – wie etwa bei Chats – synchron, sondern immer mit einer leichten Zeitverzögerung statt. Aus den daraus hervorgehenden Gründen bewegen sich Blogs zwischen statischen Webseiten und Chats und stellen dadurch ein Mittel zwischen klassischen Pull-Medien wie Foren und Push-Medien wie E-Mail dar.
In Anlehnung an HERING et al. erklärt Alexander RAABE, dass die interaktive, computer-vermittelte Kommunikation generell anders einzuordnen ist als die relativ statische Kommunikation eines Autors einer multimedialen HTML- Webseite. Obwohl in den letzten Jahren zwar Versuche gestartet wurden, diese Lücke zu schließen, ist die Unterschiedlichkeit von einerseits um HTML erweiterte computervermittelte Kommunikation und andererseits um computervermittelte Kommunikation erweiterte Webseiten deutlich zu erkennen. Die Problematik ist, dass sich diese aufgrund ihrer Unterschiedlichkeit nicht in der Mitte treffen. Weblogs aber scheinen diese Lücke schließen zu können (vgl. Raabe, 2007, S. 30) - wie die folgende Abbildung zeigt:

*Abbildung 1:*Kommunikationstheoretische Einordnung von Weblogs. *Herring et a. 2005, zit. nach: Raabe 2007, S. 31.*

Bei Weblogs geht es in erster Linie um Häufigkeit der Updates, eine symmetrische Kommunikation und um Multimedialität. Websites werden im Vergleich zu Weblogs, welche das regelmäßige Update auszeichnet, möglicherweise nur einmal innerhalb eines Monats aktualisiert. Newsforen, welche zur asynchronen, computervermittelten Kommunikation zu zählen sind, werden mit jedem neuen Eintrag automatisch aktualisiert. Auch die Rollen der jeweiligen Autoren unterscheiden sich untereinander: Die Autoren-Rolle, sowie die Leser-Rolle in „Standard-Webseiten“ (einer schreibt, andere lesen) unterscheiden sich stark von jenen Rollen bei z.B. Newsforen, da hier alle lesen und alle schreiben. Bei Weblogs sind hingegen limitierte Austauschmöglichkeiten gegeben, je nachdem, ob eine Kommentar-funktion existiert oder nicht. Die endgültige Kontrolle bleibt jedoch beim Autor. In Hinblick auf Webseiten ist der Grad der Multimedialität hoch, wobei eine hohe Multimedialität bei Weblogs auch möglich ist. Allerdings ist diese bei Weblogs – wie etwa bei Foren – in der Regel so, dass der eigentliche Fokus auf Text-Inhalte gelegt wird (vgl. Raabe 2007, S. 31).

1.6. Kommunikation und Sprache

Weblogs entwickelten sich mit der Zeit zu einer Kommunikationsplattform der neuen Medien. In diesem Kapitel sollen zuerst die kommunikativen Funktionen thematisiert werden, da diese für Journalisten in Hinblick auf die Motivation, ein eigenes Blog zu führen, eine große Rolle spielen können. Im Anschluss wird auf die Möglichkeiten computervermittelter Kommunikation in Weblogs eingegangen.

Die kommunikativen Funktionen von Weblogs sind laut BUCHER und BÜFFEL durch folgende Merkmale charakterisiert:

- *„Individualisierung der Kommunikation,*

- *Reflexivität hinsichtlich der Medienkommunikation,*
- *Verlinkung und Vernetzung der Webkommunikation,*
- *Filterung und Selektion der Medienkommunikation,*
- *Interaktivität aller Beteiligten und die*
- *Aufhebung der Grenze zwischen Rezipient und Produzent und damit auch zwischen Profis und Laien"* (Bucher/Büffel in: Behmer 2005, S.91).

Laut den Autoren sind Weblogs – medienhistorisch betrachtet – die logische Konsequenz der bisherigen Internetentwicklung. Früher waren interaktive Kommunikationsmöglichkeiten vorwiegend auf Foren, Chaträume und Mailsysteme beschränkt, nun sind sie in das World Wide Web selbst integriert.
Das neue Handlungsmuster gegenüber dem traditionellen Journalismus ist die aktive Verlinkung zwischen Weblogs. Dadurch entsteht ein „Diskursuniversum", welches sich Blogger im Laufe der Zeit kreieren. Standards in Weblogs wie Aktualität, Universalität und Zitiersorgfalt sind nach BUCHER und BÜFFEL durchaus mit journalistischen Standards vergleichbar. Blogger jedoch, haben sich eine entscheidende Erweiterung geschaffen: die Interaktivität. In der Weblog-Kommunikation stellt sich eindeutig eine Verschiebung des Schwerpunktes der Handlungsweisen dar. Eines der zentralen Themen in der Weblog- Kommunikation sind Medien – die Analyse ihrer Berichterstattung ist eines der dominierenden Handlungsmuster (vgl. Bucher/Büffel in: Behmer 2005, S.97ff).

Die Möglichkeiten computervermittelter Kommunikation schöpfen Weblogs wie keine andere Form der Online-Kommunikation in vollem Maße aus. In Hinblick auf den Adressatenkreis können Blogs von intrapersonaler über interpersonale oder Gruppenkommunikation bis hin zur Massenkommunikation alles abdecken (vgl. Fischer 2007, S. 50). Ähnlich erklärt auch Dan BURNSTEIN die Kommunikationsmöglichkeiten durch Blogs indem er sagt:

> *„Blogging, in addition to being a huge phenomenon in its own right, is the key metaphor for interactivity, community-building, and genuine conversation: one to one, one to many, many to one, many to many" (Burnstein, Dan in: Kline, David 2005, S. xxi).*

Intrapersonale Kommunikation funktioniert in Blogs aufgrund der Speicherung persönlicher Daten, wobei *interpersonale Kommunikation* in Weblogs durch gegenseitige Verlinkung und dem Verfassen von Kommentaren zustande kommt. *Gruppenkommunikation* ist durch die Beschränkung der Leserschaft auf Freunde und Bekannte, sowie durch differenziertes Rechtemanagement, Gruppenblogs und spezielle Diskussionsrunden gegeben. Zudem wird

Massenkommunikation erreicht, da jedermann unbeschränkten Zugriff auf diverse Weblogs hat und für diese Publika zahlreiche Informationen in Blogs zu finden sind (vgl. Fischer 2007, S. 50). Laut WALTHER lässt sich feststellen, dass persönliche Eindrücke des Gegenübers auch in der computervermittelten Gruppenkommunikation entstehen bzw. mitgeliefert werden können, wobei dies nahe an die Qualität der Vermittlung in Face-to-Face-Gruppen heranreicht (vgl. Walther 1993, S.381; zit. nach: Beck 2006, S. 171). Er geht des Weiteren davon aus, dass persönliche Beziehungen, die durch computervermittelte Kommunikation zu Stande kommen, oft sogar intensiver und intimer werden können, als Face-to-face-Beziehungen. Um diese Art der Kommunikation zu stützen, fügt er zu den oben erwähnten Formen computervermittelter Kommunikation, die Möglichkeit der *hyperpersonalen Kommunikation* hinzu, welche er wie folgt definiert:

> *„When is CMC hyperpersonal? (…) When users experience commonality and are self-aware, physically separated and communicating via a limited-cues channel that allows them to selectively self-present and edit; to construct and reciprocate representations of their partners and relations without the interference of environmental reality. Perhaps more so when this communication is asynchronous and/or when the CMC link is the only link there is" (Walther 1993, S.381; zit. nach: Beck 2006, S.172).*

Das Bloggen umfasst im Wesentlichen drei zentrale Aspekte der Kommunikation:

- *Information:* Die Informationsbeschaffung steht für den Rezipienten im Vordergrund. Weblog-Autoren sind durch ihre Tätigkeit in der Lage, Informationen zu verbreiten, sowie aus dem Feedback der Leser zu lernen.
- *Beziehungsmanagement:* In Hinblick auf Weblogs ist es möglich, soziale Beziehungen aufzubauen, zu stärken und langfristig zu erhalten.
- *Wissensmanagement:* Dieser Begriff ist in Hinblick auf Weblogs vielseitig zu verwenden. Wissensmanagement kann zum einen bedeuten, für andere Leser einen Informationsspeicher aufzubauen, welcher genutzt wird, um neues Wissen zu erlangen. Zum anderen ist es möglich, das eigene Wissen durch die Tätigkeit des Bloggens zu managen, indem man zahlreiche Inputs von Lesern erhält, welche nach Reflexion für eine sichtbar bessere Ordnung der eigenen Informationen und des eigenen Wissens sorgen können (vgl. Wright 2006, S. 23).

Außerdem basiert die Kommunikation in Weblogs, wie alle anderen Formen computervermittelter Kommunikation, auf geschriebener Sprache. Demnach ist das Fehlen von Kontextinformationen, wie nonverbale Signale oder situationsspezifische Merkmale charakteristisch. Es werden keine unbewussten Signale, wie bei der Face-to-Face-Kom-

munikation an den Rezipienten übermittelt. Man kann Weblog-Kommunikation trotz diesen Merkmalen nicht als *„defizitären Modus mündlicher Kommunikation“* (Fischer 2007, S. 55) bezeichnen, da sie *„diesen Mangel durch gezielte Rekontextualisierung ihrer Interaktionen“* (ebd., S. 55) kompensiert.

Computervermittelter Kommunikation liegt die Möglichkeit zu Grunde, durch die Verwendung eines spezifischen Zeichentyps, nämlich durch Symbole, Kommunikationsmodi wie Mimik und Gestik auszudrücken. George Herbert MEAD bezeichnet diese Art der Kommunikation mit dem geläufigen Begriff der „symbolischen Interaktion“ (vgl. Beck 2006, S.43). *„Symbole sind arbiträre Zeichen, die – anders als indexikalische Anzeichen – nicht in einem ursächlichen Zusammenhang oder einem bildlichen Ähnlichkeitsverhältnis mit dem Bezeichneten stehen. Die Bedeutung von Symbolen ist konventionell festgelegt und beruht auf einem kulturspezifischen Code (…)“* (Beck 2006, S.43). Demnach sind Symbole als traditionelle, kollektive Kulturphänomene zu verstehen.

Dieses Kulturphänomen der symbolischen Kommunikation soll in der Folge erläutert werden. In Blogs werden Mimik, Gestik, Prosodie und Interjektionen auf verschiedene Art und Weise ausgedrückt. Durch *Emoticons* werden beispielsweise Gefühle vermittelt. Hinzu kommen *Inflektive* (*lach*, *seufz*) wie auch *emotive Abkürzungen* (*lol* für „laugh out loud“, *g* für „grins“, etc.) und eine umgangssprachliche Ausdrucksweise (vgl. Fischer 2007, S. 55). All diese Formen der computervermittelten Kommunikation bringen die geschriebene Sprache mit all ihren unterschiedlichen Bedeutungen dem Rezipienten näher und machen sie verständlicher.

1.7. Journalisten-Weblogs

Mittlerweile setzen sich viele Medienmacher und Journalisten mit dem Phänomen „Weblog“ auseinander, wie auch aus dem folgenden Zitat hervor geht:

> *„In the meantime, a great number of journalists already are operating blogs (…). Some are blogging on their own, with or without the sanction of their employers. But most are ‘j-bloggers,’ typically columnists or top-level reporters whose byline gives them sufficient buzz to start their own blogs under the auspices of their media organization” (Bruns 2007, S. 30).*

Susan ROBINSON definiert den Journalisten-Weblog oder auch „J-Blog“ als eine Mischung aus einer Kolumne, einem Bericht und einem Tagebucheintrag:

> *„A cross between a column, a news story and a journal, the journalist’s weblog (or j-blog) has started to serve as daily news in the mainstream press. (…), mainstream publications have now started their own blogs in an attempt to*

> *recapture journalism authority. Thus, blogs represent reconstituted journalism – both renegade and legitimate reporting and writing – and have become part of the fabric sewn by the press" (Robinson, Susan in: Journalism, 2006, S. 65).*

Weblogs von Journalisten existieren in verschiedenartigen Ausprägungen und Formen. Eine Kategorienbildung von J-Blogs liegt durch eine Studie von 130 Weblogs von professionellen Journalisten vor, welche in den Ausführungen von Susan ROBINSON beschrieben werden. Diese schlägt sieben verschiedene Formen von J-Blogs vor:

> *„(…) a reporter's notebook of news tidbits and incidentals; a straight column of opinion for the Web; a question-and-answer format by editors; a readership forum; a confessional diary written by the reporter about his or her beat; a round-up of news summaries that promote the print publication; and a rumor-mill blog that the reporter uses as an off-the-record account" (ebd., S. 70).*

Nach einer Reflexion von Journalisten-Blogs kommt die Autorin zu folgender Einsicht: *„Dissecting each blog for its compliance to professional norms and values provides an answer to whether these blogs could be called journalism, or if they are assuming a new form to meet the needs and desires of a new, postmodern society"* (ebd., S. 66). ROBINSON ist der Meinung, dass Journalisten-Blogs aus dem Grund derart populär sind, da der Leser imstande ist, den Journalisten als einen „normalen" Menschen zu begreifen. Die meisten dieser Weblogs erlauben außerdem Interaktion zwischen dem Autor (Journalisten) und den Lesern (vgl. ebd., S. 68). Die Autorin erkennt als Grund für die Verschiebung von derzeitigen Nachrichtenkonzepten des traditionellen Journalismus in der verhältnismäßig „späten" Einführung der J-Blogs: *„Because the mainstream press has been mired in its traditional form and values for so long, its experiments with j-blogs indicate a real shift in news conceptions"* (ebd., S. 69). BRUNS ist der Meinung, dass Blogs Journalisten ermöglichen, bedeutsame Inhalte in romanartiger Weise wiederzugeben. Traditionelle Medien haben mittlerweile Weblogs in ihr Online-Angebot integriert und verstehen diese Art der Publikation als eine faszinierende Möglichkeit, Leser zu gewinnen und sich auf neue Interessensgemeinschaften beziehen zu können. Weiters ermöglichen sie es Journalisten, Themen zu bearbeiten und andere Personen an ihrem Wissen teilhaben zu lassen, welches in dem Ursprungsmedium keinen Platz findet und wertvolles Feedback von den Lesern zu bekommen (vgl. Bruns 2007, S.30).

In Anlehnung an KOVACH und ROSENSTIEL (2001) erklärt ROBINSON, dass *„Journalists – reporters in particular – must be objective and free from ties in order to perform their ‚watch-dog' function (…)"* (Robinson, Susan in: Journalism, 2006, S. 72). Durch die Ergebnisse ihrer Untersuchung von 130 Journalisten- Weblogs kam sie zu dem Schluss, dass es zwar nicht so scheint, dass diese so genannte „Watch-Dog" Funktion, welche

KOVACH und ROSENSTIEL ansprechen in den von ihr untersuchten Blogs grundlegend fehlt, allerdings erscheinen viele der J-Blogs in ihren Augen als zu banal, lediglich als Reflexion des eigenen Journalismus. (vgl. ebd., S. 73).

Auch Journalisten erkennen mittlerweile Weblogs als persönliche Diskussionsforen bzw. als eine Möglichkeit, sich mit den Lesern auszutauschen und dadurch neue Quellen und Ideen zu kreieren: *„Readers are key sources in the blog world, and as result, audience agency is changing. Bloggers routinely use readers as both sources and co-authors"* (ebd., S. 75).

In Anlehnung an WEDLAND (2003) erklärt Robinson, dass Weblogs verschiedenartige Interpretationen von tagesaktuellen Nachrichten präsentieren, jedoch in ungefilterter und uneditierter Art und Weise. Demnach erklärt sie das Wechselspiel zwischen professionellen Journalisten und ihren Lesern wie folgt:

> *„Readers are suggesting alternatives to the stories, and sometimes make up the story – and the news – itself. J-blogs have challenged accepted standards of journalism by blurring the lines of independence, verification, the definition of news, and truth" (ebd., S. 79).*

Mit der redaktionellen Nachrichtenproduktion verglichen steht es dem Journalisten durch die Führung eines J-Blogs frei, Nachrichten und Meinungen in kreativer Art und Weise zu produzieren, wobei dies als verifiziert zu gelten hat, da der Reporter beides ist: Quelle und Subjekt. Quellen in J-Blogs erscheinen manchmal als nicht existent oder gar anonym zu sein und werden häufig auch legerer behandelt als im traditionellen Journalismus (vgl. ebd., S. 79).

Auch in Österreich haben sich Weblogs von traditionellen Medienhäusern etabliert, die Weblogs als neue Publikationsform in ihr Online-Angebot integrieren. (Themen-)Blogs von Redakteuren und Journalisten geben dem Autor die Möglichkeit, seinen spezifischen Interessen Platz zur Publikation zu bieten, der im Ursprungsmedium oft nicht vorhanden ist.

Allerdings scheint für viele Medienhäuser der Antrieb, ein Weblog in ihr Online-Angebot zu integrieren, die Verfolgung eines Trends oder die Angst vor Kritik zu sein. Der Redaktionsleiter von „stern.de", Henry LÜBBERSTEDT erklärt hierzu, dass die „stern-Blogs" genau aus diesem Grund entstanden seien, nämlich um „auf den Zug aufzuspringen". Er ist sich sicher, dass Medienunternehmen und Journalisten relativ schwer davon zu überzeugen wären, Weblogs zu eröffnen. Ein weiter Grund dafür ist auch die Sorge, rechtlich nicht abgesichert zu sein und womöglich der eigenen Marke zu schaden (vgl. Garmissen in: Journalist, 12/

2005, S.55). Demnach sollen Medienunternehmen seiner Meinung nach die Angst vor Kritik ablegen, ansonsten würde sich dieses Phänomen im Journalismus nicht weiterentwickeln lassen: *„Es gibt nur dann eine Chance, wenn die Verlage insgesamt lockerer werden und ihre Angst vor Kritik ablegen (…)“* (ebd., S.55).

Demgegenüber existiert allerdings eine erfreuliche Entwicklung des „Trierischen Volksfreundes“, welcher es seit geraumer Zeit seinen Journalisten zur Aufgabe macht, auf dem Weblog eigene Artikel zu publizieren und anschließend mit den Lesern zu diskutieren. Für die Leserkritik am Blatt richtete das Medium den so genannten Blattkritik- Blog ein (vgl. Büffel In: Journalist, 8/2006, S.49). Alexander HOUBEN, CvD des Trierischen Volksfreunds nimmt zu dieser Entwicklung Stellung: *„So zeigen wir den Bloggern, dass wir ihre Beiträge ernst nehmen – und animieren die Print-Leser, sich auch zu beteiligen“* (ebd., S.49).

Jane SINGER initiierte im Jahre 2004 eine Untersuchung von 10 nationalen und 10 regionalen oder lokalen Journalisten-Weblogs. Bedeutsam dabei erschien, dass jeder dieser Blogs zumindest fünf Mal pro Woche von dem Autor aktualisiert wurde. Die Autoren setzten sich aus Print-, Fernseh- und Onlinejournalisten zusammen. Die drei zentralen Forschungsfragen sollen hier in aller Kürze dargestellt werden:

> *„Do political j-bloggers express personal opinions, deviating from their role as non-partisan information providers, through their bog postings?*
>
> *Do political j-bloggers share their gatekeeping role by including postings from their users in their blogs?*
>
> *Do political j-bloggers use hyperlinks as a partial means of providing accountability and transparency for their postings? If so, what is the nature of this linked material?” (Singer, Jane B. In: Journalism 2005, S. 180).*

Die Ergebnisse der ersten Forschungsfrage verdeutlichen, dass 61% der politischen Blog-Items Ausdrücke der persönlichen Meinung des Bloggers beinhalteten.
Die zweite Forschungsfrage betraf das Ausmaß, in welchem politische J-Blogger ihre Rolle als Gatekeeper mit ihren Nutzern teilen. Außerdem erschien es wichtig herauszufinden, in welchem Ausmaß J-Blogger den vorhandenen Platz im Blog für uneditierte Wortmeldungen mit ihren Lesern teilen. Den Ergebnissen nach ist es speziell in nationalen Weblogs von Journalisten, welche eine besondere Nähe zu traditionellen Medien aufweisen, eher so, dass sich diese strikt in der Rolle der Gatekeeper präsentieren. Meist sind in ihren Weblogs keine Inputs (Kommentare, etc.) der Nutzer erlaubt (vgl. ebd., S.183f). Die dritte Forschungsfrage

zielt auf die Verwendung des Hyperlinks als ein Indiz für „Accountability“ und „Transparency“ ab. Die Ergebnisse zeigen folgendes:

> *„ (…) j-bloggers use links extensively. Of the 1136 political blog items included in this study, 970 (85.4 percent) provided links to source materials, background information or related content. Both national and local j-bloggers made profilic use of links, allowing users to see where the Blogger had obtained his or her information or ideas, as well as to read more about a topic. In all, these 1136 items contained a total of 2614 links, an average of 2.3 links per blog item” (ebd., S. 187).*

Zusammenfassend zeigt die Untersuchung, dass die meisten politischen J-Blogger ihre Rolle des traditionellen Gatekeepers auch bei der Führung ihres Blogs beibehalten. Trotz diesem kommunikationsfördernden, interaktiven Medium tendieren sie dazu wenig bis gar kein Material von Nutzern zu verwenden. Die Mehrheit der J-Blogger lässt in ihren Einträgen die persönliche Meinung durchscheinen. ROBINSON ist nach ihrer Untersuchung der Meinung, dass J-Blogs von traditionellen Medien trotz allem noch immer sehr in der Tradition des professionellen Journalismus verhaftet sind (vgl. Robinson, Susan in: Journalism, 2006, S. 81). Es scheint an dieser Stelle wichtig anzumerken, dass es interessant ist, wie die Zukunft der J-Blogs aussehen wird und was uns zukünftige Entwicklungen bringen werden. Gerhard RETTENEGGER, Chefredakteur des ORF Salzburg meint in Hinblick auf zukünftige Entwicklungen:

> *„(…) ich verfolge die Entwicklung mit Spannung. Vor allem bin ich gespannt, ob die Möglichkeiten des Internet, von Web 2.0 auch von den handelnden Personen genutzt wird: von den Journalisten, dass sie ihre Rezipienten nun nicht mehr „zwangsbeglücken müssen“, weil es einfach zu nutzende Feedbackkanäle gibt (der Schritt weiter: crowdsourcing), und von den Rezipienten selber, ob sie bereit sind, die bequeme Rolle des passiven Konsumenten aufzugeben und zu wirklichen „Prosumern“, aktiven Teilnehmern am massenmedialen Prozess werden wollen“ (Rettenegger per E-Mail an die Autorin).*

2. Massenmedien und Wandel der öffentlichen Kommunikation

Zu Beginn dieses Kapitels erscheint es als wichtig zu erwähnen, dass die öffentliche Kommunikation in den vergangenen Jahren einen enormen Wandel erfährt. Weblogs sind ein Teilbereich dieser Entwicklungen, daher sollen hier Massenmedien und der Wandel der öffentlichen Kommunikation erläutert werden.

Im Zuge des Wandels in der Massenkommunikation sind gegenwärtige Trends zu erkennen, die kommunikationstheoretisches Potenzial aufweisen. Zuerst sei darauf hingewiesen, dass die kommunikationstechnische Entwicklung im Laufe des vergangenen Jahrhunderts besondere Konvergenztendenzen zwischen Telekommunikation, Computerisierung und den herkömmlichen elektronischen Massenmedien erkennen ließ: „Communication Highway", „Datenautobahn", „Multimedia", „Virtual Community" sind nur einige Begriffe, die seit den 90er Jahren diese Entwicklung zu beschreiben versuchen. Sie bezeichnen mediale Produkte und Dienstleistungen, mit drei wesentlichen Merkmalen:

- die interaktive Nutzung, d.h. die Veränderung der Rolle des Nutzers vom Rezipienten hin zur Möglichkeit über Rückkanäle Inhalte zu veröffentlichen oder Aktionen auszulösen.
- die gemeinsame (integrative) Verwendung unterschiedlicher Medientypen. Daraus ergibt sich eine Kombination von statischen mit dynamischen Medien.
- die digitale Technik als Basis aller Anwendungen, wodurch die Daten gespeichert und beliebig oft wieder bearbeitet werden können, wobei dies durch bestimmte Kompressionsverfahren überhaupt erst ermöglicht wird (vgl. Burkart/ Hömberg 2007, S. 261).

Zunächst soll auf die historische Entwicklung der Medienkommunikation eingegangen werden, um anschließend Weblogs einer Kategorie bzw. Ausprägung zuordnen zu können.

2.1. Individualisierte Massenkommunikation

Durch die kommunikationswissenschaftliche Medienbetrachtung des Internets stellt sich die Frage, ob dieses als ein Massenmedium einzuordnen ist, ob es sich zumindest um eine Form von Massenmedium handelt, oder ob dieses die Grenzen der klassischen Definition überschreitet. MALETZKE definiert Massenkommunikation wie folgt:

„Unter Massenkommunikation verstehen wir jene Form der Kommunikation, bei der Aussagen öffentlich, durch technische Verbreitungsmittel, indirekt und einseitig an ein disperses Publikum vermittelt werden." (Maletzke 1998, S. 45)

Für MALETZKE sind die Rezipienten ein disperses Publikum, welches unstrukturiert und unorganisiert ist, keine Rollenspezialisierung aufweist, über keine Sitte, Tradition und Riten, Verhaltensregeln und Institutionen verfügt. Gerade die hier angesprochene Einseitigkeit im Massenkommunikationsprozess könnte sich durch Innovationen und neue Dienste der neuen Medien in Interaktivität verwandeln (vgl. Burkart/Hömberg 2007, S. 262).

Das Internet fällt insofern als Teil der Massenkommunikation in einen Grenzbereich, da in vielen Fällen Aussagen über das Internet nicht öffentlich sind, sondern auch im Internet persönliche Nachrichten übermittelt werden können, wie z.B. bei der Kommunikation via E-Mail. Demnach ist Kommunikation im Internet oftmals nicht einseitig. Da MALETZKE diese Definition lange vor der Verbreitung veröffentlicht hat, muss festgehalten werden, dass er nur die klassischen Medienformen berücksichtigen konnte. Da allerdings einige wesentliche Faktoren der Massenkommunikation nicht auf das Internet zutreffen, ist dieses eher als Medienplattform zu sehen. Demnach können als Massenkommunikationsmittel eher klassische Medien wie Presse, Rundfunk, Film und Fernsehen gelten, die in der Folge als traditionelle Medien bezeichnet werden sollen. In Hinblick auf traditionelle Medien handelt es sich um eine „einseitig-technische Verbreitung von Aussagen" (Maletzke 1998, S. 46), wobei sich die Kommunikation von Mensch zu Mensch dadurch auszeichnet, dass sie in sozialen Situationen stattfindet und spontane Reaktionen über verbale und nonverbale Kanäle ermöglicht (vgl. Kunzik/Zipfel 2001, S. 50).

Wie diese Betrachtung zeigt, wurden Massenkommunikation und interpersonale Kommunikation lange Zeit als zwei strikt voneinander getrennte Sphären verstanden, wobei die Verbreitung des Internet als eine Art „Grenzaufhebung" charakterisiert werden kann.

Interaktive Medien sind Beispiele für den Individualisierungsprozess, welchem die Massenkommunikation unterliegt. Früher lag der Steuerungsprozess von Inhalten immer in den Händen der Produzenten der Medieninhalte. Dieser Prozess verlagert sich jedoch durch die individualisierte Massenkommunikation auf die Nutzerseite. Durch das Internet bekommt der Rezipient mehr Handlungsmöglichkeiten, denn er entscheidet, wann er das Internet nutzen möchte, welche Webseiten und welche Inhalte er konsumiert (vgl. Mast 1997, S. 21.). In weiterer Folge litt darunter das Vermittlungsmonopol der traditionellen Medien. Nun entstand eine „individualisierte Medienkommunikation", die im Vergleich zur Massenkommunikation als direkt, symmetrisch und wechselseitig charakterisiert werden kann. Die am Prozess der individualisierten Medienkommunikation Beteiligten können sowohl an einzelne Personen,

als auch an ein Massenpublikum senden. In weiterer Folge können die Rollen von Kommunikator und Rezipient getauscht werden, wobei der Empfänger in der Lage ist zum Sender zu werden (vgl. Armborst 2006, S. 14). Auch STOCKER sieht im Internet diesen wesentlichen Vorteil:

> *„Das Internet ist primär ein Kommunikationsmedium und nicht bloß ein Informationsmedium, und es ist das erste und einzige Kommunikationsmedium von globaler Reichweite, in dem alle Teilnehmer empfangen und auch senden können, nicht nur one to one, sondern one to many und auch many to many.“ (Stocker, Gerfried in: Liechtenstein 2002, S. 107).*

Jürgen GERHARDS ist der Meinung, dass Massenkommunikation zweckhaft ist, da es nicht möglich ist eine allseitige Individualkommunikation zu schaffen. Aus diesem Grund wird die Massenkommunikation nicht verschwinden, sondern ergänzt werden - vor allem durch die Möglichkeit jedes Einzelnen, selbst „Massen“ oder Gruppen über interaktive Handlungsräume zu erreichen (vgl. Gerhards, Jürgen 1998 zit. nach Krotz, Friedrich in: Neverla 1998, S.133).

2.2. Alternative Massenkommunikation

Nachdem im vorigen Kapitel die individualisierte Massenkommunikation thematisiert wurde, soll hier von ihrer Weiterentwicklung die Rede sein, die als alternative Massenkommunikation bezeichnet werden soll.

Der Medientheoretiker Siegfried J. SCHMIDT sieht in jeder Durchsetzung eines neuen Mediums einen „Demokratisierungsschub“ im Sinne einer gerechten Teilhabe an den neuen kommunikativen und kognitiven Möglichkeiten des jeweiligen Mediums. Ende der 1980er Jahre wurden die Versprechen Demokratisierung und Partizipation durch die Internet-Technologie vorangetrieben (vgl. Pfannenberg/Durst o.J.).

Um einen Überblick geben zu können, sollte festgehalten werden, dass Innovationen hinsichtlich der Medientechnologien „immer wieder Anlass für Visionen zur Überwindung der vermeintlich rückkopplungsfreien, einseitigen ‚Massenkommunikation’“ (Beck 2006, S.39). bieten. Schon um 1930 forderte BRECHT in seiner Radiotheorie das Publikum nicht nur als bloße „Empfänger“ zu verstehen, sondern diesem die Möglichkeit zu geben auch in die Rolle der „Sender“ zu schlüpfen. In den 70er Jahren stellten ENZENSBERGER und andere Autoren ähnliche Forderungen. Erst durch die Einführung der neuen Medien in den 80er Jahren konnten diese Forderungen eingelöst werden. Diese unterstützten zumindest die

Selektion aus einem vorhandenen Angebot, sowie eine höhere zeitliche Flexibilität. Mit dem Internet wurden Visionen von einem aktiven Rezipienten und einer interaktiven Kommunikationskultur gesponnen, welche in der Folge eingelöst werden sollten. Die Annahme war, dass das Internet alle räumlichen und zeitlichen Restriktionen auslöschte und dass die aktive und gleichberechtigte Teilnahme bzw. Partizipation der Nutzer am öffentlichen Diskurs möglich sei (vgl. Beck, 2006, S. 39).

Die damals innovativen Perspektiven der Net-User waren weltweite und zeitgleiche Kommunikation, kostenloser Zugang zu Informationsbeständen, Interaktivität und neue, zahlreiche Sozialverbindungen, die das Internet ermöglichte (vgl. Pfannenberg/Durst o.J.). Im Sinne der Nutzer haben Innovationen in der Kommunikationstechnik tatsächlich Hoffnungen auf einen Demokratisierungsschub vorangetrieben sowie bestärkt und eine Ausweitung der kommunikativen Möglichkeiten jedes Nutzers geweckt. Viel früher, nämlich zwischen 1920 und 1930, war es der Literat Bertolt BRECHT, der sich Gedanken über die Funktion des Rundfunks machte. Der Innovationswert seiner Schriften wird bis heute in der Debatte thematisiert.

So zum Beispiel stellt BRECHT fest, dass das Radio nur als Zufallsprodukt entstanden sei, nicht aber durch gesellschaftliche Notwendigkeit. Dies sei an der beliebigen Gestaltung des Programms abzulesen, aber auch aus Publikationen, die aus anderen Kulturbereichen transformiert wurden: *"Ein Mann, der etwas zu sagen hat, und keine Zuhörer findet, ist schlimm dran. Noch schlimmer sind Zuhörer dran, die keinen finden, der ihnen etwas zu sagen hat"* (Brecht 1967, S. 129f). Als logische Konsequenz fordert BRECHT eine Umstrukturierung des Rundfunks auf technisch-organisatorischer Ebene. Es war ihm ein Anliegen einen Rundfunk zu schaffen, der nicht nur sendet, sondern auch dem Hörer die Möglichkeit gibt, sich bei Bedarf in einen „Sender“ zu verwandeln:

> *„Ein Vorschlag zur Umfunktionierung des Rundfunks: Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der Denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstände, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen“ (ebd., S. 127ff).*

Demnach beschrieb BECHT das Radio als ein Medium mit interaktivem Potenzial, welches die aktive Einbindung des Rezipienten ermöglicht und diesen somit selbst zum Produzenten werden lässt. Er hat damit schon deutlich gemacht, dass die Auflösung der Sender- und Empfänger-Rolle eine wesentliche Bedeutung für eine diskursive Öffentlichkeit in modernen

Gesellschaften bedeuten würde. Allerdings hatten seine Vorschläge kaum Einfluss auf den Rundfunkbetrieb oder seine Sendeformen und BRECHTS Idee geriet in Vergessenheit. Kurze Zeit später wurde das Radio durch die Rundfunkpolitik der Nationalsozialisten als Instrument der Massenpropaganda verwendet und ging somit bekanntlich den entgegen gesetzten Weg. (vgl. Website der Universität Essen)

Anfang der 70er Jahre griff der Philosoph Hans Magnus ENZENSBERGER BRECHTS Theorie wieder auf. *„Das offenbare Geheimnis der elektronischen Medien, das entscheidende politische Moment, das bis heute unterdrückt oder verstümmelt auf seine Stunde wartet, ist ihre mobilisierende Kraft*“ (Enzensberger 1997, S. 98). Er geht davon aus, dass die neuen Medien bisher nicht zur Kommunikation, sondern lediglich zur Distribution von Inhalten verwendet wurden. Des Weiteren spricht er davon, dass Apparate wie das Fernsehen oder der Film zur damaligen Zeit das Feedback auf das systemtheoretisch mögliche Minimum reduzierten. Allerdings sind die neuen Medien, seiner Meinung nach, hinsichtlich ihrer Struktur egalitär und jeder könne an ihnen teilhaben. *„Zum ersten Mal in der Geschichte machen die Medien die massenhafte Teilnahme an einem gesellschaftlichen und vergesellschafteten produktiven Prozeß [sic!] möglich, dessen praktische Mittel sich in der Hand der Massen selbst befinden“* (ebd., S. 99.). Zwei besondere Charakteristika neuer Medien seien, so ENZENSBERGER, die Weitergabe immateriellen Materials sowie ihre kollektive Struktur. Allerdings werde die Entwicklung vom bloßen Distributions- zum Kommunikationsmedium aus politischen Gründen bewusst verhindert. Hier fügt er hinzu, dass der Gebrauch von Medien Manipulation voraus setzt. Es muss hier jedoch nicht nach dem „ob“ gefragt werden, sondern danach, „wer“ sie manipuliert. Ein revolutionärer Medienentwurf müsste daher das Ziel haben, jeden zum „Manipulateur“ zu machen. Nur durch direkte gesellschaftliche Kontrolle, d.h. durch die produktiv gewordenen Massen, könnte der Manipulation von oben entgegen gewirkt werden. Des Weiteren thematisiert ENZENSBERGER, dass es eine zentrale Frage ist, weshalb diese Produktionsmittel nicht in massenhafter Art und Weise in Schulen, an Arbeitsplätzen und in allen gesellschaftlichen Konfliktsituationen zu finden sind, denn nur durch eine „aggressive“ Form von Öffentlichkeit, die ihre eigene wäre, könnten die Menschen sich ihrer Erfahrungen versichern und wirksam daraus lernen. Zudem ist er der Meinung, dass Mediengeräte nicht nur als Kommunikationsmittel betrachtet werden sollten, da diese, sofern sie sich in den Händen der Massen befinden, immer auch (sozialisierte) Produktionsmittel sind (ebd., S. 99ff). Diese Idee ENZENSBERGERS ähnelt überraschender Weise sehr einer Schilderung der heutigen Weblog-Kommunikation. So lässt sich auch die Gegenüberstellung von repressivem und

emanzipatorischem Mediengebrauch – wie in der folgenden Tabelle gegenübergestellt - auf interessante Weise auf die Kommunikation in und durch Weblogs gegenüber anderen Formaten übertragen.

Repressiver Mediengebrauch	***Emanzipatorischer Mediengebrauch***
Zentral gesteuertes Programm	Dezentrale Programme
Ein Sender, viele Empfänger	Jeder Empfänger ein potentieller Sender
Passive Konsumentenhaltung	Interaktion der Teilnehmer, Feedback
Entpolitisierungsprozess	Politischer Lernprozess
Produktion durch Spezialisten	Kollektive Produktion
Kontrolle durch Eigentümer oder Bürokraten	Gesellschaftliche Kontrolle durch Selbstorganisation

Tabelle 3: Repressiver vs. Emanzipatorischer Mediengebrauch. *Eigene Tabelle nach Enzensberger 1997, S. 116.*

Der amerikanische Medienwissenschafter Denis MCQUAIL spricht in seinem Buch „*Mass communication theory"* über die Bedeutung von Massenmedien und darüber wie diese Gesellschaft und einzelne Individuen beeinflussen. Neuen Medien hält er folgende Komponenten zu Gute:

- *Interaktivität:* Durch die Gegebenheit, dass ein Empfänger zum Sender werden kann wie auch umgekehrt.
- *Soziale Präsenz:* Persönlicher Kontakt mit anderen, der durch die Nutzung von neuen Medien erreicht werden kann.
- *Autonomie:* Dies meint die Freiheit eines jeden Nutzers, Inhalte bereitzustellen und zu konsumieren.
- *Playfulness (Munterkeit):* Die Möglichkeit eines Nutzers, seinen ganz persönlichen Nutzen aus der Unterhaltung und dem Vergnügen zu ziehen, möglicherweise auch durch Spaß und Gefallen am Nutzen selbst oder an den Möglichkeiten der Technologie.
- *Privatheit:* Diese wird mit dem Nutzen des Mediums, oder mit dessen Inhalten assoziiert. Hierbei spielen auch personalisierte und einzigartige Nutzung eine wesentliche Rolle (vgl. McQuail 2000, S. 127f).

Gerade durch die Errungenschaft des Internets, nicht nur *one to one*, sondern auch *one to many* und *many to many* senden zu können, erscheint der Begriff des „dispersen Publikums" für die Teilnehmer solcher Communities im Internet – wie ihn MALETZKE verwendete – als nicht mehr angemessen, da es sich nun um Nutzer, welche das Ziel, das BRECHT in seiner „Radiotheorie" forderte, eingelöst zu haben scheinen.

Nicht nur die Massenkommunikation wurde einem stetigen Wandel unterzogen, auch die Gesellschaft und der Journalismus – zwei wesentliche Komponenten dieser Arbeit – unterstehen dem Wandel der vergangenen Jahre. Aus diesem Grund sollen beide Bereiche des Wandels in Folge erläutert werden.

2.3. Gesellschaft und Wandel

Heute wird davon ausgegangen, dass wir in einer so genannten "Informationsgesellschaft" leben, welche auf Informations- und Serviceeinrichtungen basiert und in welcher Informationen aller Art der Schlüssel zu Wohlhaben und Macht zu sein scheinen. Moderne Gesellschaften sind mehr und mehr von komplexen Kommunikationssystemen abhängig, wobei die zuvor besprochene Massenkommunikation nur einer von vielen Teilen dieses Systems ist.

Der Begriff der „Informationsgesellschaft" scheint seinen Ursprung in den 1960er Jahren in Japan zu haben, wobei seine Abstammung auf das Konzept der „postindustriellen Gesellschaft" zurückgeht. Dieses Konzept wurde vom Soziologen Daniel BELL 1973 erstmals vorgeschlagen, wobei eine andere Quelle die Ökonomen MACHLUP (1962) und PORAT (1977) mit ihrer Idee der „Informationsökonomie" bilden. Abgesehen von den stetig wachsenden Beweisen, dass Information in der Gesellschaft und der Ökonomie gleichzeitig von großer Bedeutung ist, war man sich hinsichtlich des Konzepts der „Informationsgesellschaft" nie besonders einig, außer dass man hilfreiche Beobachtungen machen konnte. MELODY beschreibt die „Informationsgesellschaft" beispielsweise als jene Gesellschaft, die gegenüber komplexen elektronischen Informationsnetzwerken ihre Hauptressourcen mit Informations- und Kommunikationsaktivitäten belegt (vgl. McQuail 2000, S. 121).
Es existieren jedoch auch Autoren, die statt dem Begriff der „Informationsgesellschaft" jenen der „Netzwerkgesellschaft" verwenden, wie beispielsweise CASTELLS (1996) und VAN DIJK (1993). VAN DIJK schlägt vor, dass sich eine moderne Gesellschaft in eine Netzwerkgesellschaft umstrukturieren sollte. Er versteht darunter eine Form der Gesellschaft, welche ihre sozialen Beziehungen mehr und mehr in Mediennetzwerken organisiert, wobei diese im Laufe der Zeit die sozialen Netzwerke der Face-to-Face Kommunikation ablösen. Eine Netzwerkstruktur der Gesellschaft steht in Kontrast zu einer Massengesellschaft. Es zeigt zahlreiche, sich überschneidende Kreise der Kommunikation, die beides aufweisen können: Vertikale oder horizontale Entfernungen. Solche Netzwerke können Menschen

integrieren bzw. zusammenführen oder auch ausschließen. Auch traditionelle Massenmedien zeigen eine ähnliche Struktur (vgl. ebd., S. 122).

Auch Manuel CASTELLS ist der Meinung, dass die Funktionen und Prozesse im Informationszeitalter zunehmend in Netzwerken organisiert sind – die heutige Informationstechnologie schafft die Basis für die Ausbreitung dieser Form auf die gesamtgesellschaftliche Struktur. Eine Definition eines Netzwerkes wird von CASTELLS vorgeschlagen: *„Ein Netzwerk besteht aus mehreren untereinander verbundenen Knoten. Ein Knoten ist ein Punkt, an dem eine Kurve sich mit sich selbst schneidet. Was ein Knoten konkret ist, hängt von der Art von konkreten Netzwerken ab (…)“* (Castells 2004, S. 528). Er folgert:

> *„(…) Die Macht der Ströme gewinnt Vorrang gegenüber den Strömen der Macht. Anwesenheit oder Abwesenheit im Netzwerk und die Dynamik eines jeden Netzwerkes gegenüber anderen sind entscheidende Quellen von Herrschaft und Wandel in unserer Gesellschaft: einer Gesellschaft, die wir daher zutreffend Netzwerkgesellschaft nennen können, und die geprägt ist durch die Dominanz der Bedeutung der sozialen Morphologie gegenüber dem sozialen Handeln“ (ebd., S. 527).*

Dass es jedoch schwierig ist die Existenz einer Informationsgesellschaft nachzuweisen, klärt auch MCQUAIL, indem er sagt: „The rise of an ‚information culture' that extends into all aspects of everyday life may be easier to demonstrate than the reality of an Information Society“ (McQuail 2000, S. 123).

Trotzdem ist die Beziehung zwischen diesen Entwicklungen und den Massenmedien in manchen Aspekten bereits betrachtet worden. Es erscheint klar, dass Informationsökonomie viel größer ist als die Massenmedien alleine. Außerdem waren die ersten darin involvierten Informationstechnologien nicht jene der Massenproduktion und Verbreitung von gedrucktem Material für das Publikum oder die Veröffentlichung über den Rundfunk. Man könnte auch argumentieren, dass die Geburt des Informationszeitalters – vorwiegend durch Massenkommunikation vorhergesagt – einen neuen historischen Pfad kennzeichnet. Die Massenmedien wurden vor der so genannten „Informationsrevolution“ entwickelt und wären besser dem Industriezeitalter zuzuordnen als seinem Nachfolger, dem Informationszeitalter. Fakt ist, dass viele Stimmen den Massenmedien durch die neueren Entwicklungen den Tod voraussagten, da sie der Meinung waren, die Massenmedien wären veraltet bzw. abgenutzt (vgl. ebd., S. 124). Trotz aller Voraussagen ist CASTELLS folgender Meinung: *„The mass media will still dominate, but there is an increasing number of new international and interactive options”* (ebd., S. 122). Obwohl man keine wahrhaftigen Aussagen über die

weitere Entwicklung tätigen kann, bleibt festzuhalten, dass die Massenmedien auf lange Sicht zumindest einen integralen Bestandteil eines größeren, langlebigeren Trends bestehen.

Die Konvergenz zwischen Massenmedien und den neuen Medien beschreibt den Zweck, zu welchem die neuen Medien verwendet werden: Nämlich, um mit den alten Medien zusammen zu treffen und diese dadurch zu unterstreichen. Manchmal scheint es so, als wären die traditionellen Medien die mächtigste Kraft hinter der Verbreitung der neuen Medien (vgl. ebd., S. 124).

Da die erwähnten gesellschaftlichen Entwicklungen die Kommunikation via Weblogs einschließen und da Blogs eine der möglichen Auswirkungen dieser Entwicklungen darstellen, soll abschließend eine Aussage von David KLINE in Hinblick auf die gesellschaftliche Entwicklung und das Blogging-Phänomen festgehalten werden: *„What the world is coming to, of course, is what we were always taught it was supposed to be in the first place – a democratic society in which everyone has a voice and the change to get a hearing for his or her views"* (Kline 2005, S. 251f).

2.4. Journalismus und Wandel

Auch der Journalismus als ein Teilbereich der Gesellschaft ist einem Wandel unterworfen. Hier soll sich nun dem Wandel des Journalismus genähert werden, um bestimmte Aspekte zu erläutern, die für die empirische Studie als relevant erscheinen.

An dieser Stelle sollen in aller Kürze die Anfänge des Journalismus aufgezeigt, sowie die Entwicklung festgehalten werden.
Im deutschen Sprachraum taucht der Begriff des „Journalismus" im 17. Jahrhundert erstmals auf, wobei das Wort Bezug auf das französische bzw. englische Wort „Journal" nimmt. Die Übertragung dieses Wortes ins Deutsche, Ende des 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts, ist jenes des „Tagesschriftstellers". Der Begriff des Journalismus zielt auf die serielle Produktion des geschriebenen oder gesendeten Wortes ab. Dazu merkt Rudolf STÖBER an, dass es den Journalismus vor der Erfindung serieller Presseprodukte per definitionem nicht gegeben haben kann. Der Autor versucht, die Bedingungen des modernen Journalismus heraus zu arbeiten und macht diese an fünf Gegebenheiten fest: Die erste – wie er meint notwendige, aber nicht hinreichende – Bedingung ist die *seriell bzw. regelmäßig erscheinende Publizistik* (vgl. Stöber, Rudolf. in: Behmer, 2005, S.13ff). Denn mit der Erfindung des

Buchdrucks mit beweglichen Lettern durch Gutenberg wurde somit dem Problem des Publikumszugangs Abhilfe geschaffen. Als zweite Bedingung benennt er die *„Emanzipation des modernen Journalismus von den verwandten Berufen, aus denen er sich entwickelt hatte“* (ebd., S.18). Die dritte Bedingung betrifft die *Entwicklung einer Ökonomie der Presse* sowie die Abkehr der Presseverlage von der Ökonomie der Produktion der Buchverlage. Denn im 19. Jahrhundert gelang der Presse der Durchbruch durch die Erfindung von effizienten Vervielfältigungsmöglichkeiten sowie die Subventionierung des Preises durch die Einführung von Werbung bzw. Erlöse für die Anzeigenschaltung in den jeweiligen Medien. Als nächste wichtige Bedingung wird die *Bearbeitung und Aufbereitung von Inhalten in redaktioneller Hinsicht* dargestellt sowie die Verfolgung der eigenen publizistischen Linie durch die einzelnen Medien. Auch die Herausbildung von Fremd- und Selbstbild des journalistischen Berufs, konnte sich erst nachdem die anderen vier Bedingungen erfüllt waren, entwickeln und etablieren (vgl. ebd., S.18ff).

Bis Mitte der 90er Jahre war der Journalismus auf die traditionellen Medien angewiesen und versuchte sich durch das Bestehen technischer Mängel in der Kompensation derselben. Diese Phase, welche oft als Gatekeeper-Zeitalter bezeichnet wird, neigt sich laut NEUBERGER dem Ende zu, da die Kapazitäten zur Verbreitung von Information von Presse und TV nicht mehr ausreichen, um denjenigen, die das Bedürfnis verspüren, sich öffentlich zu äußern, die Möglichkeit dafür zu geben. Demnach unterliegen die Zugänge zu den Massenmedien redaktioneller Kontrolle der Journalisten. Zudem kommt das Publikum nur selten und unzureichend zu Wort (vgl. Neuberger, Christoph in: Picot 2006, S.115f). Hier bietet das Internet eine interessante Alternative, da das Problem des kommunikativen Zugangs hier zumindest ansatzweise gelöst werden kann.

Nachdem sich nun der Entwicklung des Journalismus zumindest überblicksartig gewidmet wurde, soll nun der Wandel des Journalismus thematisiert werden. Davor soll der Begriff des Wandels definiert werden.

„Sozialer Wandel“ ist ein Grundbegriff der Soziologie, welcher als eine grundlegende Komponente verstanden werden kann, um soziale Prozesse zu bestimmen. Hier geht es in erster Linie um die Veränderung von Elementen des sozialen Systems. Die Problematik, Wandel zu bestimmen, liegt an der Vielfalt zahlreicher Bestimmungsgrößen. Diese setzten sich wie folgt zusammen: Aus politischen, kulturellen, ökonomischen und sozialen Ursachen,

Konstellationen von Akteuren, Institutionen und Organisationen, individuellen Motiven und kollektiven Zielsetzungen wie auch ideellen und materiellen Faktoren, etc. Demnach unterliegt ein Wandel stets den zuvor angesprochenen Faktoren, welche ihn bedingen (vgl. Blöbaum, Bernd. in: Behmer, 2005, S.41f).

BLÖBAUM erklärt, dass die Begriffe „Entwicklung" und „Evolution" das Neue und das Andere gegenüber einem früheren Zeitpunkt betonen und der Begriff „Fortschritt" diesen Prozess noch mit einem positiven Wert auflädt. Der Begriff der „Modernisierung" geht in der Soziologie mit gesellschaftlichen Veränderungen – in einem großflächigen Kontext gesehen – einher.

An der Begrifflichkeit des Wandels und den ihm oft gleichgesetzten Begriffen offenbart sich die Schwierigkeit, ihn eindeutig zu definieren. Aufgrund dessen scheint es wichtig, den Wandel bedingende Faktoren zu erkennen, um sich dem Phänomen des Wandels des Journalismus überhaupt erst nähern zu können. Als Grundlage können hierfür die Überlegungen Rudolf STÖBERS dienen, welcher die exogenen Faktoren, die für den Wandel eine Bedingung darstellen, herausarbeitet und hierbei zwei wesentliche Kategorien unterscheidet: Die Apriori des Wandels und die „Agents of Change".

Unter Apriori des Wandels sind *„voraussetzungslose Ursachen – die Neuerungen auslösen"* (Stöber, Rudolf in: Behmer 2005, S.25) zu verstehen. Unter „Agents of Change" werden Faktoren verstanden, die für den Wandel verantwortlich sind und die *„schon in Gang gesetzte Veränderungen weiter vorantreiben"* (ebd., S.25). Dafür werden vier Prozesse aufgezeigt, welche Antriebe zur Ausdifferenzierung bieten: die Technik, die Kultur, die Politik, das Recht und die Ökonomie. Die Problemkreise dieser Teilbereiche greifen ineinander, betreffen jedoch alle verschiedene Bereiche des Wandels. Der kulturelle Diskurs über Medien und Journalismus kann, da sich die Medien und der Journalismus als emergente Phänomene beschreiben lassen, als „Agents of Change" begriffen werden. Dieser Diskurs kann nur dann entfacht werden, wenn sich ihm der Gegenstand bietet. STÖBER sieht den Ausgangspunkt dieser Entwicklungen scheinbar in den technischen Veränderungen des 19. Jahrhunderts: *„Die technischen Veränderungen des 19. Jahrhunderts hatten ihren Antrieb insbesondere in der ökonomisch motivierten Nachfrage. Steigende Kaufkraft und sinkende Produktionskosten erzeugten eine immer differenziertere Massenpresse und schufen die Basis für die erste stärkere Expansion der Medienberufe"* (ebd., S. 32). In Hinblick auf die Medienökonomie

veränderte sich allerdings nach dem späten 19. Jahrhundert nur wenig, nur die bereits entstandenen Entwicklungen verstärkten sich stetig. Seit dieser Zeit meinten die Kulturkritiker zu erkennen, dass die Medien einer Kommerzialisierung unterworfen waren. Die entstehende Zeitungswissenschaft nannte diese Entwicklungen jedoch keineswegs Kommerzialisierung sondern noch „Amerikanisierung“ (vgl. ebd., S. 32). In weiterer Folge nahmen die Weiterentwicklungen ihren Lauf. STÖBER formuliert dazu treffend: *„Wandel ist die Norm, Stillstand ist das Auffällige“* (ebd., S. 32). Zweifellos ist die seit 2002 beobachtbare Krise des journalistischen Marktes ökonomisch bedingt, Investitionen waren fehlgeleitet und nicht tragbar. Die logisch auftretende Folge wird mit dem Begriff „Outsourcing“ bezeichnet. Durch die Tatsache, dass sich das Medienwachstum nicht unendlich verbreitern ließ, sind dies die zu tragenden Folgen der Fehlkalkulation der damaligen Zeit. Demnach ist die Ökonomie als ein wichtiger „Agent of Change“ zu verstehen, da es scheint, dass sie stärker auf den Journalismus eingewirkt hat, als dieser selbst auf die Ökonomie. Des Weiteren muss der Ökonomie zugestanden werden, dass diese hinsichtlich eines Apriori des Wandels *„mehr Gewicht oder zumindest Plausibilität zubilligen müssen als dem allgemeinen kulturellen oder dem spezielleren kommunikationspolitischen Diskurs“* (ebd., S. 33). Durch die technischen Entwicklungen des 20. Jahrhundert entstanden neue elektronische Medien, die neue journalistische Berufsfelder schufen. *„Technische Veränderungen sind daher sowohl Apriori des Wandels als auch „Agents of Change““* (ebd., S. 32).

Da der historisch bedingte Wandel durch seine Faktoren erläutert wurde, soll nun auf den Aspekt der den Journalisten zur Verfügung stehenden Programme eingegangen werden, da diese einen wesentlichen Einfluss auf die journalistische Arbeit haben.
„Unter journalistischen Programmen werden jene Praktiken verstanden, die sich im Journalismus zur Sammlung, Selektion, Bearbeitung, Vermittlung und Kontrolle von Informationen zur öffentlichen Kommunikation gebildet haben“ (Blöbaum, Bernd. in: Behmer 2005, S.54.). Damit sind Arbeits- und Entscheidungsprogramme gemeint, welche als von den Journalisten erworbene, gefestigte Routinen erscheinen. Die Programme beziehen sich auf journalistische Entscheidungen und Vorgehensweisen zwischen einem Ereignis und der Veröffentlichung der aus dem Ereignis hervorgehenden Informationen. Die fünf unterscheidbaren Programmtypen lauten:

- Ordnungsprogramme
- Darstellungsprogramme
- Informationssammelprogramme

- Selektionsprogramme
- Prüfprogramme

Journalistischer Wandel lässt sich jedoch auch in seinen Trends, Weiterentwicklungen und Ausdifferenzierungen erkennen. Wie sich heute zeigt, ist auch der Onlinejournalismus eine Folge der Weiterentwicklung des Journalismus. Auch Thorsten QUANDT ist dieser Meinung und erklärt, dass dieser als ein Zeichen des Wandels im Journalismus zu verstehen sei. Online-Journalismus sei Vorreiter einer weiteren Entwicklung im Journalismus, auch dadurch, dass sich aus diesem Trends für den Journalismus erkennen lassen. Als Beispiel dafür nennt er insbesondere die steigende Interaktion mit dem Publikum durch die Entwicklung eines „public journalism". Außerdem sei eine Personalisierung der Angebote sowie eine umfassende Medienkonvergenz zu erkennen (vgl. Deuze und Singer zit. nach: Quandt 2005, S. 13f). Diese Entwicklungen im Journalismus können auch dem Weblog-Phänomen zugeschrieben werden, da sich hier eine starke Interaktion mit dem Publikum sowie eine Personalisierung durch die Weblog-Angebote von Journalisten erkennen lassen. Somit könnte man die Ausdifferenzierung von Journalisten-Weblogs sowie die Nutzung derselben in der journalistischen Arbeit als eine weitere Folge journalistischen Wandels bezeichnen.

Genau diese Überlegung sprechen BUCHER und BÜFFEL an, indem sie Wandlungsprozesse des Journalismus unterschiedlicher Art hervorheben. Sie sprechen weiters von *„(…) einem Wandel des Journalismus, der sich im Auftauschen neuer Akteure, neuer Darstellungsformen und neuer digitaler Organisationsformen zeigt. Und zweitens einem Wandel der öffentlichen Kommunikation, der (…) durch die Weblogs offensichtlich eine neue Dynamik erhalten hat"* (Bucher/Büffel In: Picot 2006, S.86). Dabei erscheint den Autoren eine Entwicklung als besonders interessant, nämlich dass die neuen, globalen Kommunikationsmedien Formen der Berichterstattung ermöglichen, die nicht mehr an Medienunternehmen gekoppelt sind. Demnach erscheinen diese neuen Formen in Hinblick auf den Journalismus als funktional äquivalent. Die Autoren erklären diese Entwicklungen wie folgt:

> *„Folgt man dieser Betrachtungsweise, so lässt sich derzeit eine Transformation journalistischer Funktionen kontastieren, die etwas anderes ist als eine Ausdifferenzierung oder ein Strukturwandel des Journalismus. Zu analysieren wäre ein Strukturwandel der öffentlichen Kommunikation (…)" (ebd., S.86).*

Aus diesem Grund wären die Entwicklungen journalistischer Funktionen keinem Strukturwandel des Journalismus, sondern einem Strukturwandel der öffentlichen Kommunikation zu

unterstellen. Dies würde bedeuten, dass das System Journalismus nicht direkt von einem Wandel betroffen ist, sondern lediglich jene Funktionen des Journalismus, die sich direkt auf dem Umgang mit globalen Kommunikationsmedien – wie beispielsweise in diesem Fall Weblogs – beziehen. Die Frage, ob sich durch die Dynamik dieser Entwicklungen die Arbeitsweise von Journalisten bzw. der Journalismus im Allgemeinen beeinflussen lässt, wäre hier besonders interessant.[12]

Hinsichtlich auf die Weiterentwicklung des Journalismus soll festgehalten werden, dass daraus ein netzwerk-orientierter Journalismus entstanden ist, der eine besondere Art der Organisation aufweist, da es ihm gelingt „virtuelle Gemeinschaften“[13] aufzubauen innerhalb derer sich eine entsprechende Medienkommunikation etabliert hat. BUCHER und BÜFFEL weisen auf die Ablösung der Redaktion als organisiertes System von der Kommunikationsgemeinschaft hin, welche sich ebenfalls bereits zu einem organisierten System entwickelt hat.

> *„Da das Funktionssystem Journalismus eine globale Netzwerkorientierung der neuen Kommunikationsverhältnisse nicht hinreichend aufgenommen und als Anstoß zu Strukturveränderungen genutzt hat, haben sich andere Formen der Kommunikation herausgebildet, die journalistische Leistungen im globalen Maßstab erbringen können“ (ebd., S.88f).*

Durch diese Aussage könnte man annehmen, dass aus der Unzufriedenheit mit der Insuffizienz mit den traditionellen Medien das Bedürfnis einer „Gegenöffentlichkeit“ entstanden ist, welche mit der Bewegung der freien Radios oder der Alternativpresse der 70er Jahre vergleichbar ist. Der damalige Wunsch – den auch BRECHT in seiner Radiotheorie verdeutlicht – Menschen, die sonst in der Öffentlichkeit kein Gehör finden, ihre Meinung zu äußern, kann möglicherweise auf das Weblog-Phänomen übertragen werden (vgl. Kap. 2.2).

In Hinblick auf den Journalismus bedeutet der Wandel von der redaktionellen Distributionsstruktur hin zu der offenen Netzwerkgesellschaft, wie sie durch Weblogs geboten wird, folgendes:

- *„Ausweitung der Themenvielfalt und Liberalisierung der Themensetzung*
- *Ausweitung des Informationsangebotes und der Informationsquellen*

---

[12] Diese Frage soll unter anderem in der empirischen Studie geklärt werden.

[13] Unter dem Begriff „Virtuelle Gemeinschaft“ bzw. „virtual community“ wird eine Anzahl von Mitgliedern computervermittelter sozialer Gruppen verstanden. Diese wachsen durch die Entwicklung globaler Netzwerke explosionsartig, dadurch ist durch das Internet eine neue Art von Kultur entstanden. (vgl. Rheingold 1994, S. 16.)

- *Erweiterung der Zugangsmöglichkeiten zur Medienkommunikation über die professionellen Akteure hinaus*

- *Verdichtung und Dezentralisierung der Kommunikation unter Beteiligung verschiedener Akteurtypen (Experten, Laien, Politiker, Wirtschaftsvertreter, Journalisten, Öffentlichkeitsarbeiter etc.)*

- *Steuerungsverlust für die klassischen Hauptakteure der Medienkommunikation: Journalismus, Politik, Öffentlichkeitsarbeit*

- *Ausweitung der Reflexivität der Medienkommunikation (Kritik, Analyse, Referenzen)*

- *Globale Distribution und Recherchierbarkeit globaler Angebote, so dass man von einer ‚Glokalisierung' der Medienkommunikation sprechen kann" (ebd., S.147).*

Einige der zuvor genannten Kommunikationsoptionen zeigen auf, dass der Netzwerk-Journalismus als Erweiterung oder gar Radikalisierung des so genannten „Public Journalism"[14] gelten kann. Weblogs stehen in diesem Sinne für eine Community, die unterschiedliche Anschlussstellen an den traditionellen Journalismus gebildet hat. Diese Community stellt dem Journalismus Informationen bereit und nimmt seine Beiträge zum Anlass, diese zu analysieren und diskutieren. Auch distribuiert sie seine Beiträge durch Verlinkungen und entwickelt durch Diskussion eine thematische Struktur der Öffentlichkeit (vgl. ebd., S.147ff). Laut BUCHER und BÜFFEL ist *„die Tatsache, dass der klassische Journalismus sich (…) äußerst traditionell verhält, (…) ein zentraler Faktor für die Erklärung der Weblog-Kommunikation. Sie verkörpert den Strukturwandel des Journalismus unter den Bedingungen einer Weltgesellschaft"* (ebd., S.152).

In Hinblick darauf soll hinzugefügt werden, dass der Systemansatz – etwas später gemeinsam mit dem Konstruktivismus – die Medien auf den Boden der Tatsachen geholt hat: Dem Journalismus und den Medien wurden früher wahrhafte Aussagen über die Realität abverlangt, wobei in der Folge von diesen Forderungen bzw. Aufgaben Abstand genommen wurde, da sie nicht einzuhalten waren. Dies soll das folgende Zitat verdeutlichen:

> *„Den Journalisten und Journalistinnen werden nicht mehr ernsthaft wahre Aussagen über die ‚wirkliche Realität' abverlangt, sondern ‚nur' noch*

[14] ‚Public Journalism' kann als eine Art des Journalismus verstanden werden, der die Nachrichtenvermittlung erweitert und die Herausbildung von Gemeinschaften begünstigt. Public Journalism vertritt nicht mehr die Sicht des Publikums als jenes der Konsumenten, sondern fordert dieses auf, als Akteur in einem demokratischen Prozess mitzuwirken.

subjektabhängige Wirklichkeitsentwürfe von Beobachtern zweiter Ordnung zugeordnet, die der Gesellschaft sozusagen permanent den Spiegel vorhalten, in dem sie sich selbst betrachten kann" (Scholl 1998, S.15).

Diese Aussage geht auch mit Beobachtungen einher, die sich auch auf die Berichterstattung von Journalisten durch Weblogs ummünzen lassen. In diesen wird von der Transparenz zwischen objektiven und subjektiven Informationen Abstand genommen, da es sich (meist) um ein eher meinungsbezogenes Medium handelt, in welchem die Einträge in der Regel Meinungen darstellen, die auf Fakten beruhen. Bei der Publikation von Inhalten in Weblogs ist es Journalisten möglich, sich dem Aufgabenbereich hinsichtlich der Erkennbarkeit von objektiven bzw. subjektiven Einträgen zu entziehen. In Bezug auf diese Vermutungen wird in der empirischen Studie darauf eine Antwort (zumindest im nationalen Kontext) gegeben werden können.

2.5. Strukturwandel der Öffentlichkeit

Da die zuvor besprochenen Phänomene Journalismus und Gesellschaft auch das Phänomen der Öffentlichkeit bedingen, soll an dieser Stelle kurz der Strukturwandel der Öffentlichkeit besprochen werden.

Öffentlichkeit lässt sich nach HABERMAS in demokratischen Staaten *„am ehesten als ein Netzwerk für die Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen, also ein Meinungen beschreiben; dabei werden die Kommunikationsflüsse so gefiltert und synthetisiert, dass sie sich zu themenspezifisch gebündelten öffentlichen Meinungen verdichten"* (Habermas, Jürgen 1992, S. 436, zit. nach: Beck, 2006, S.221). Demnach kann Öffentlichkeit nicht mit dem „öffentlichen Raum" gleichgesetzt werden, sondern ist ein Netzwerk, welches durch seinen kommunikativen Prozesscharakter definiert wird. Dieser bietet die Ausbildung von öffentlichen Meinungen zu diversen Themen. Laut HABERMAS soll Öffentlichkeit diese drei Funktionen gewährleisten:

- *Transparenz:* Öffentlichkeit hat die Aufgabe, für alle Themen und Meinungen von Bedeutung für die Gesellschaft oder zumindest eines Kollektivs offen zu sein, demnach Transparenz zu erfüllen. Kein Thema sollte von der öffentlichen Kommunikation im Idealfall ausgeschlossen werden und Menschen sollen einen gleichberechtigten Zugang zu Foren der öffentlichen Kommunikation erhalten. (vgl. Beck 2006, S.222).
- *Validierung:* Im Anschluss soll Öffentlichkeit eine Validierung dieser Themen und Meinungen vornehmen, demnach soll eigens und allein in der Diskussion das „bessere", weil einleuchtendere Argument zählen. Dabei müssen die Teilnehmer

jedoch frei von jeglichem äußeren Zwang sein und die Bewertung von Aussagen soll kollektiv erfolgen. Das erwünschte Ziel stellt die Erfüllung eines rationalen Konsens dar. HABERMAS bezeichnet dies als „ideale Sprechsituation", welche gewährleisten soll, dass der dort erzielte Konsens ein „wahrer" Konsens ist, welcher kraft der besseren Argumente zustande gekommen ist (vgl. Beck, 2006, S.221 und vgl. Burkart/Hömberg 2007, S. 43).

- *Orientierung:* Die Öffentlichkeit soll für Personen ebenfalls Orientierung bieten, wobei HABERMAS festhält, dass diese Forderung – genau wie jene der Validierung – unter den Bedingungen kommerzieller Medienkommunikation sowie vermachteter Strukturen, diese Funktionen nur noch ausnahmsweise oder gar nicht mehr erfüllt (vgl. Beck 2006, S.222).

HABERMAS hält am „Diskursmodell der Öffentlichkeit" fest, während GERHARDS (1998b) und Niklas LUHMANN (1990) für ein normativ weniger anspruchsvolles, jedoch in empirischer Hinsicht vermutlich brauchbareres „Spiegelmodell von Öffentlichkeit" stehen. Diesem Modell nach erfüllt Öffentlichkeit lediglich die Transparenzfunktion. Diese dient der Selbstbeobachtung der Gesellschaft durch die Publikation von Themen. Der Öffentlichkeitsprozess führt in diesem Fall jedoch nicht mehr zu der rational begründeten öffentlichen Meinung, sondern eher zu Anschlusskommunikation (vgl. ebd., S.222).
Hierzu ist zu sagen, dass sich je nachdem welchem Gedankengang man nun Glauben schenkt, unterschiedliche Diagnosen der traditionellen Medienöffentlichkeit ergeben. Auch die Erwartungen an eine Veränderung durch computervermittelte Kommunikation sind unterschiedliche.

Da nun die Funktionen von Öffentlichkeit geklärt sind, soll ein kurzer historischer Abriss den Strukturwandel der Öffentlichkeit beschreiben. Es wird die Meinung vertreten, dass sich im Zuge der kapitalistischen Produktionsweise das Verhältnis von Staat und Gesellschaft änderte, wobei sich dadurch allmählich ein Strukturwandel der Öffentlichkeit vollzog.
Demnach gerät Öffentlichkeit immer mehr zu einer vermachteten Arena durch das politisch-administrative System. So beeinflusst es Entscheidungen von Konsumenten, Wählern und Klienten seitens Organisationen. Insofern wird Öffentlichkeit von der administrativen Macht kolonialisiert. Allerdings weist HABERMAS darauf hin, dass sich trotz dieser Diagnose keine Entwicklung vom politisch Aktiven zum privatistischen Medienpublikum entwickelt. Dies begründet er dadurch, dass noch immer Resistenzfähigkeit und ein kritisches Potenzial eines

pluralistischen und weit differenzierten Massenpublikums besteht (Burkart/Lang in: Burkart/Hömberg 2007, S.62ff).

Einige Vertreter des Diskurs-Modells der Öffentlichkeit sprechen seit längerem von Funktionsmängeln der Medienöffentlichkeit – so soll an dieser Stelle ein Blick auf das Internet geworfen werden.
Das Internet – so die Annahme – biete jedem die Möglichkeit, öffentlich zu kommunizieren, ohne zahlreiche Barrieren des Medienzugangs überwinden zu müssen. Auch Selektionsprozesse traditioneller Journalisten müssen durch das Internet nicht überwunden werden. Das Internet biete – unabhängig von den Faktoren Macht oder Prominenz – die Möglichkeit zur (textbasierten) sachlichen Diskussion (vgl. Beck 2006, S.223). Es ist möglich, Daten in Echtzeit zu übermitteln und auch unterschiedlichen Kommunikationsformen im Netz nachzugehen. Hubert Christian EHALT äußert seine Gedanken in Bezug auf die Schnelligkeit und unmittelbare Nutzung des Internets wie folgt:

> *„Früher gab es Zeiträume, in denen der/die einzelne Erlebnisse und Gefühle sammeln, ‚überschlafen' und reflektieren konnte, bevor sie jemand anderem mitgeteilt wurden. Heute ist der mediale Austausch momentaner Befindlichkeiten zu einer wesentlichen Erlebnisform geworden" (Ehalt, Hubert Christian in: Liechtenstein 2002, S.10).*

Die in der traditionellen Massenkommunikation vorherrschende Einseitigkeit und Intransparenz wird nun durch vielfältige Kommunikationsflüsse auf Basis folgender Möglichkeiten abgelöst: „one-to-one", „one-to-many", „many-to-many". Allerdings handelt es sich bei virtuellen Gemeinschaften im Internet nicht um egalitäre, herrschaftsfreie Gebilde. Es muss daraus jedoch nicht gefolgert werden, dass ein Diskurs über politische Kommunikation dadurch unmöglich wäre, denn dies widerlegen zahlreiche Beobachtungen. Es soll ein Verständnis von Öffentlichkeit vorliegen, bei welchem es sich um einen Prozess handelt, bei dem Themen und Meinungen in einem öffentlichen Netzwerk kommuniziert und diskutiert werden, wobei die computervermittelte Kommunikation hier den wesentlichen Teil dazu beiträgt.
Zusammenfassend soll angemerkt werden, dass Netzöffentlichkeit als keine völlig neue Form von Öffentlichkeit verstanden werden soll, welche an die Stelle der Medienöffentlichkeit tritt, sondern eher als Teil eines Netzwerkes zur Kommunikation und Diskussion über Themen und Meinungen – wie HABERMAS bereits sagte – verstanden werden. (vgl. Beck 2006, S.225ff).
Im nächsten Kapitel soll der Strukturwandel der Öffentlichkeit im Internet erläutert werden, da dieser für die vorliegende Arbeit – in Hinblick auf die Öffentlichkeit, die durch das Kommunikationsinstrument Weblogs geschaffen wird - als wesentlich verstanden wird.

2.5.1. Strukturwandel der Öffentlichkeit im Internet

Durch Weblogs wird die Frage aufgeworfen, ob sich dadurch etwas Entscheidendes an der Medienöffentlichkeit ändert. Bei näherer Betrachtung kann festgestellt werden, dass damit ein Strukturwandel der Öffentlichkeit im Internet einhergeht. Diese These ist für Christoph NEUBERGER eine grundlegende, indem er thematisiert, dass *„Kommunikation im Internet (…), sofern sie allgemein zugänglich (=‚öffentlich') ist, ein Teil des gesellschaftlichen Funktionssystems Öffentlichkeit"* (Neuberger, Christoph In: Picot 2006, S. 113) ist. NEUBERGER unterscheidet hier drei Rollentypen: Einerseits die Kommunikatoren, welche an der Öffentlichkeit insofern beteiligt sind, als dass sie etwas mitteilen, andererseits die Rezipienten, die sich ebenfalls an der Öffentlichkeit beteiligen, indem sie sich über etwas informieren. Als dritte Komponente treten hier die Mediatoren in Erscheinung, welche zwischen Kommunikatoren und Rezipienten vermitteln, um die Kommunikation und ihre auftretenden Probleme professionell zu behandeln. Diese Vermittlungsspezialisten können beispielsweise Journalisten sein, die für diese Arbeit grundlegende Bedeutung haben. Laut NEUBERGER unterscheidet Friedhelm NEINDHARD (1994) an dieser Stelle drei wesentliche Vermittlungsleistungen, welche die Mediatoren zu erbringen haben: Durch die *Beobachtung,* d.h. durch Recherche und Selektion von Inhalten und Meinungen schaffen Journalisten die notwendige Transparenz, die von ihnen erwartet wird. Durch die *Validierung* können Journalisten die Qualität der Informationen und Meinungen kritisch hinterfragen und prüfen. Schließlich schaffen Journalisten *Orientierung*, indem sie Daten über Probleme von großer Relevanz sowie Lösungsvorschläge für diese an gesellschaftliche Akteure vermitteln (vgl. ebd., S. 113). Durch die gesellschaftlichen Rollen von Kommunikatoren und Rezipienten als Leistungsempfänger bzw. Leistungserbringer definieren sie ihre Erwartungen an den Journalismus. Diese bestehen aus adäquater und guter Information und der Artikulation und Durchsetzung ihrer Interessen in der Öffentlichkeit. Aus diesen Überlegungen geht hervor, dass Journalismus eine besondere Form von Öffentlichkeit herstellt, nämlich die massenmedial vermittelte Öffentlichkeit. Durch die medialen Vermittlungstechniken des Internets wird die Kommunikation mit ihren Inhalten und Wirkungen grundlegend beeinflusst. *„So schafft auch das Medium Internet – im Vergleich zu den traditionellen Medien (Presse und Rundfunk) – besondere Bedingungen für öffentliche Kommunikation". „(…) Die Vermittlungsprobleme der Öffentlichkeit wandeln sich im Internet, ebenso die Art, wie diese Probleme bearbeitet werden. Das Format ‚Weblog' verbessert die Möglichkeit, dass sich eine Vielzahl von Menschen öffentlich zu Wort melden kann"* (ebd., S.

114). Zudem leisten Weblog-Autoren einen speziellen Beitrag zur Vermittlung von öffentlicher Kommunikation, so dass sie nicht nur als Kommunikatoren, sondern durch ihre Tätigkeit auch als Mediatoren fungieren.
Wie es NEUBERGER treffend ausdrückt, liegt eines der Grundprobleme der Kommunikation in der Erreichbarkeit eines großen Publikums. Dieses kann durch neue Technologien bzw. die Möglichkeit der schnelleren Verbreitung gelöst werden. *„Systemtheoretisch formuliert, geht es um die Frage der Inklusion der Gesellschaftsmitglieder in das Funktionssystem ‚Öffentlichkeit'"* (ebd., S. 114).

Wie bereits erwähnt, setzt sich die Gesellschaft aus den Rollen der Kommunikatoren, Rezipienten und Mediatoren zusammen. Im Internet jedoch kann auf die Rolle der Mediatoren grundlegend verzichtet werden, da man nicht mehr auf die Prüfung von Informationen durch die Mediatoren angewiesen scheint (vgl. ebd., S.115f). Dieser Gedanke ist allerdings nicht ganz richtig, da sich bei näherer Betrachtung des Phänomens herausstellt, dass man nicht grundlegend auf die Vermittlungsfunktion verzichten kann, sondern dass diese lediglich einer Verschiebung unterworfen ist: Nämlich von der Anbieter- auf die Nutzerseite. Durch die Vielzahl an Informationen ist der Nutzer selbst damit konfrontiert, die Information zu selektieren, zu bewerten und schließlich sinnvoll auszuwählen, welche Information rezipiert werden soll. NEUBERGER ist folgender Meinung: *„Nun ist nicht mehr ein ‚Zuwenig' das Problem, sondern ein ‚Zuviel'. Weil sich jeder öffentlich zu Wort melden kann, schwillt die ‚Informationsflut' an"* (ebd., S.116). Diese Häufungen der Informationsangebote im Internet haben sowohl quantitative Auswirkungen (mehr Information, mehr Auswahlmöglichkeiten, etc.) als auch qualitative (keine redaktionelle Kontrolle, daher Wachstum von „Informationsmüll"). Durch die direkte Kontaktaufnahme von Rezipienten und Kommunikatoren, *„entfallen die Beobachtungs- und Validierungsleistungen des Journalismus"* (ebd., S.117).

Zusammenfassend bedeuten diese Entwicklungen, dass die Rezipienten einerseits ein großes, ungefiltertes Angebot an Information bekommen, sie aber andererseits diese Informationen selbst filtern und prüfen müssen um die Information selektieren zu können – eine Aufgabe, die bei den traditionellen Medien die Journalisten übernehmen.

> *„An die Stelle der Knappheit an Verbreitungskapazität tritt die Knappheit an Aufmerksamkeit und Urteilsvermögen der Rezipienten. (…) Für die Kommunikatoren schwindet (…) die Wahrscheinlichkeit, Aufmerksamkeit zu gewinnen und An-*

schlusskommunikation auszulösen, also in einen Diskurs mit anderen Kommunikatoren eintreten zu können" (ebd., S.117).

Die folgende Tabelle von NEUBERGER veranschaulicht beide *Paradigmen der Vermittlung öffentlicher Kommunikation*. Durch technische Medien werden bei der Verbreitung und Speicherung von Information diverse Probleme verursacht, andere wiederum gelöst.

„Gatekeeper" – Paradigma Vermittlung unter den Bedingungen traditioneller Massenmedien (Presse, Rundfunk)	***Technische Lösung für das Problem des rezeptiven Zugangs:*** Massenmedien ermöglichen Massenpublika. Die Lösung für das Problem des kommunikativen Zugangs wird erschwert, weil Massenmedien nur eine geringe technische Vermittlungskapazität besitzen. o ***Folgeproblem für Kommunikatoren:*** Geringe Zugangschancen o ***Folgeproblem für Rezipienten:*** Geringe Vielfalt an publizierten Informationen und Meinungen ***Bearbeitung der Folgeprobleme durch Vermittler:*** Professionell-redaktionelle Vermittlung ist eine Art Notlösung („Gatekeeping"), wobei journalistische Standards den Zugang zur Öffentlichkeit regulieren sollen (Neutralität, Relevanz, Vielfalt, Ausgewogenheit, etc.)
Netzwerk – Paradigma Vermittlung unter den Bedingungen des Internets	***Technische Lösung für das Problem des kommunikativen Zugangs:*** Das Internet vereinfacht technisch des Zugang zur Öffentlichkeit („Disintermediation"). o ***Folgeprobleme für Rezipienten:*** Es kommt zur quantitativen und qualitativen Überforderung der Rezipienten, weil Beobachtungsleistungen („Informationsflut") und Validierungsleistungen („Informationsmüll") selbst erbracht werden müssen. o ***Folgeprobleme für Kommunikatoren:*** Gewinnen von Aufmerksamkeit und Auslösen von Anschlusskommunikation (Diskurs) ***Bearbeitung der Folgeprobleme durch Vermittler:*** o ***professionell-redaktionelle Vermittlung:*** Traditioneller Journalismus verliert sein „Gatekeeper"-Monopol (Ableger von Presse und Rundfunk im Internet, Nur-Online-Angeote). o ***Technische Vermittlung:*** Suchmaschinen, vor allem Nachrichtensuchmaschinen (‚Google-News', ‚Paperball', etc.) o ***partizipative Vermittlung:*** Weblogs (‚Blogosphäre'), „Peer-to-Peer"-Websites (‚Wikipedia', 'Shortnews', 'Slashdot.org', etc.)

Tabelle 4: Paradigmen der Vermittlung öffentlicher Kommunikation. *Tabelle nach Neuberger, Christoph in: Picot 2006, S.117.*

Wie aus der Tabelle hervorgeht, wirft die Kommunikation im Internet eine Reihe von Folgeproblemen auf, wodurch auch im Internet Vermittler notwenig werden. Im Internet existieren daher drei Formen von Vermittlung öffentlicher Kommunikation: professionell-redaktionelle, technisch gesteuerte und partizipative Vermittlung. Auch diese Leistungen, welche die Vermittler im Netz erbringen müssen, sollen hier diskutiert werden. Einerseits sind *(Meta-) Beobachtungsleistungen* erforderlich. In Redaktionen klassischer Medien werden Informationen recherchiert und berichtet, wobei hier die Möglichkeiten für publizistische Laien eingeschränkt sind. Allerdings kann durch die Vielzahl der Nutzer diesem Nachteil einigermaßen

Abhilfe geschaffen werden und festgehalten werden, dass je größer die Nutzerschaft im Internet, desto wahrscheinlicher ist es, dass sich unter ihr ein Experte für ein Thema findet oder jemand genau bei dem Eintreten eines bestimmten Ereignisses am richtigen Ort war. Andererseits erfordert die öffentliche Kommunikation außerdem *Validierungsleistungen*. Im Vergleich zu den Redaktionen, in welchen Qualitätssicherung intern stattfindet und erst dann in die Medien findet, geschieht dies im Internet genau umgekehrt, denn die Prüfung und Bewertung von Information findet hier erst nach der Veröffentlichung statt. Jene Inhalte, die publiziert werden, sind als unfertig und vorläufig anzusehen und unterliegen den Diskussionen sowie der Kritik der Leserschaft. Demnach wird in der Blogosphäre die Qualität der Berichterstattung anderer Autoren regelmäßig überprüft. Schließlich ist es von Bedeutung, *Orientierungsleistungen* zu bieten: Diese entstehen am ehesten durch das Aufgreifen von Themen und Meinungen durch Redaktionen, die das Internet häufig zu Recherchezwecken nutzen. Demnach können Medien oftmals eine Verstärkerfunktion für das Internet haben, zudem ist die Popularität von Weblogs ebenfalls auf die Berichterstattung über dieses Phänomen in den traditionellen Medien zurückzuführen (vgl. ebd., S.118ff).

Der Strukturwandel der Öffentlichkeit im Internet stellt sich, wie aus den vorausgegangenen Überlegungen ersichtlich, als komplex dar, da er - wie auch die Medienkommunikation - im Internet grundlegenden Veränderungen unterworfen ist.

2.6. Strukturwandel der Medienkommunikation

In diesem Kapitel soll von der österreichischen Medienlandschaft und im Zuge dessen auch von einem Strukturwandel der Medienkommunikation die Rede sein.

Aus nationaler Sicht unterliegen die österreichischen Massenmedien einem Wandel. Fred TURNHEIM thematisiert die Veränderungen in der österreichischen Medienlandschaft, welche sich – vor allem am Printsektor – als einzigartig erweisen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass Österreich eine äußerst starke Medienkonzentration aufweist und zusätzlich eine einzige Tageszeitung wie in keinem anderen Land der Welt dominiert. Die Rede ist von der „Kronenzeitung“ mit einer Reichweite von 44 Prozent, wobei die drei auflagenstärksten Tageszeitungen in Österreich „Kronenzeitung“, „Kleine Zeitung“ und „Kurier“ beinahe zwei Drittel der Gesamtauflage der täglichen Printausgaben abdecken. Interessanterweise existieren in Österreich zurzeit 18 verschiedene Tageszeitungen, wobei im Jahre 1949 noch 36 Titel das Land informierten. In Hinblick auf den Fernsehsektor hat der ORF zweifellos nach wie vor

eine „Quasi-Monopolstellung“ zu verzeichnen, obwohl die Konkurrenz immer weiter wächst. Seit dem Jahr 1988 wurden 55 private Radiosender bewilligt (vgl. Turnheim 2007, S. 174ff). TURNHEIM ist sich sicher, dass auch die Entwicklungen des Internets von einem ständigen Wandel gekennzeichnet sind, außerdem verfügen bereits über 66% der österreichischen Bürger über 14 Jahren über einen Zugang zum Internet. Des Weiteren entwickelten sich im Laufe der Zeit Gratiszeitungen, die durch internationale Trends auch in Österreich entstanden sind. Auch wenn man große wirtschaftliche Umbrüche offensichtlich ausschließt, ist zu erwarten, dass in Zukunft immer mehr Medien-Outlets zur Verfügung stehen werden. Demnach werden neue Technologien das Leben und das Mediennutzungsverhalten der Bürger bzw. Konsumenten noch weiter verändern als es bisher der Fall war (vgl. ebd., S. 174ff).

In Hinblick auf das Mediennutzungsverhalten erklärt TURNHEIM, dass sich die Medien-Nutzer früher nur auf ein Medium konzentrierten, wobei sich der Nutzer heute Informationen aus mehreren Medien beschafft. Die Erreichbarkeit des Lesers erfolgt heutzutage daher auf mehreren Ebenen und Kanälen. Laut TURNHEIM müssen sich Verleger und Journalisten Gedanken darüber machen, was ihre Leser interessiert und wie die Kommunikation mit diesen zu erfolgen hat (vgl. ebd., S. 180ff).

In Hinblick auf den Medienwandel erklärt Thorsten QUANDT zu erkennende Dynamiken, die die heutige Medienlandschaft kennzeichnen. Solche Dynamiken der Entwicklung werden in der öffentlichen Diskussion oftmals mit dem Begriff „Trends“ bezeichnet. Trends können einerseits Zustandsbeschreibungen, aber andererseits zukünftige Entwicklungen darstellen. Jene Trends, die mit dem Internet Berührungspunkte aufweisen und auch den Journalismus betreffen, sollen hier in Kürze dargestellt werden (vgl. Quandt, Thorsten in: Löffelholz, 2003, S. 262):

> *Globalisierung:* Im Medienbereich vollzieht sich Globalisierung auf unterschiedlichen Ebenen. Einerseits griffen Nutzer auf das „globale Netz“, das Internet, zurück. Gleichzeitig operieren Unternehmen nicht mehr nur im nationalen, sondern auch im internationalen Kontext.
>
> *Lokalisierung:* Trotz der starken Vernetzung im Internet erhalten die räumliche, zeitliche und soziale Gebundenheit von Akteuren sowie auch die Bezugsrahmen der Akteure immer noch lokalen Bezug. Ebenso werden Themensetzungen von Akteuren vorwiegend durch die jeweiligen Positionierungen der Akteure bestimmt. Durch das Netz können Interessen lokal gebündelt werden, denn auch wenn das Internet als ein

globales Medium definiert wird, müssen eben diese Interessen nicht in einen globalen Kontext münden.

Integration und Vernetzung: Interessensbündelungen erfolgen nicht nur, wie zuvor beschrieben, durch lokale Bezugsrahmen, sondern auch durch spezifische Themeninteressen. Durch persönliche Kontakte und Interessen bilden sich Communities. Diese bestehen demnach aus den unterschiedlichsten Menschentypen. Aufgrund seiner Thematisierungsfunktion spielt der Journalismus eine bedeutende Rolle. Im Online-Journalismus wird beispielsweise service-orientiert berichtet, um eine Community-Bildung zu begünstigen.[15]

Segmentierung/ Desintegration: Allerdings steht in Zusammenhang mit dem Internet auch eine gegenläufige Tendenz: Die Desintegration der Gesellschaft bzw. die Segmentierung der Gesellschaft in einzelne Gruppen, für welche das lokale Umfeld immer weniger Bedeutung hat. Außerdem lässt sich auch eine Benachteiligung diverser Gesellschaftsgruppen durch unterschiedliche Ursachen, wie z. B. fehlendem Zugang zum Internet, mangelnde Kenntnisse, etc. erkennen. Die spaltende Wirkung des Internets wird häufig mit dem Begriff des „Digital Divide“ bezeichnet.

Demokratisierung: Das Internet ist eine Art von Hoffnungsträger für eine Demokratisierung der Gesellschaft. Diese Hoffnung basiert auf der Möglichkeit für jeden beliebigen Menschen das Netz zu nutzen und entweder als Kommunikator oder als Rezipient aufzutreten. Das Demokratisierungsversprechen kann jedoch nicht ganz so leicht eingelöst werden, da in Hinblick auf die Weltgesellschaft Komponenten wie technische Kenntnisse, ökonomische Ressourcen oder politischer Wille nicht überall vorhanden sind bzw. überhaupt existiert. Denkt man beispielsweise an Diktaturen, so wird deutlich, dass die Lenkung und Kontrolle der Medien durch im Internet publizierenden Journalismus unmöglich gemacht werden würde.

Anarchisierung: Da das Internet nun aber jedem Nutzer die Möglichkeit bietet Meinungen und Gedanken zu publizieren, können auch jene Aussagen publiziert werden, welche in demokratischen Gesellschaften üblicherweise unerwünscht oder sogar verboten sind. Im Internet sind Anarchisierungstendenzen nicht zu leugnen, da hier auch radikale Gruppen auftreten. Besonders für den Online-Journalismus ist diese Tatsache zweiseitig, da einerseits die Aufmerksamkeit von Gruppen gefunden werden kann,

[15] Als Beispiele für diese Community- Bildung sind Publikationen im Bereich der Computerspiele, Chats, Foren, Downloads und redaktionelle Inhalte mit hohem Service-Nutzen.

welche hohen Nachrichtenwert besitzen, andererseits wird jedoch die Publizität gewisser Gruppen über fragwürdige oder gar illegale Quellen gestärkt.

Technisierung/ Digitalisierung: Im Journalismus führte die Digitalisierung zu grundlegenden Veränderungen im Sinne einer Digitalisierung der Produktion und einer Veränderung der Arbeitsprozesse. Auch Recherche- und Kommunikationsquellen können durch diverse Technologien im Computer integriert werden.

Ökonomisierung: Die Ökonomisierung spielt im Medienbereich eine wichtige Rolle, da zum Beispiel die Notwendigkeit von Refinanzierung – wobei die Diskussion nicht erst mit den neuen Medien aufgekommen ist – nicht mehr nur die publizistische Arbeit betrifft, sondern auch durch Werbung ermöglicht wird. Die Befürchtung ist, dass in Redaktionen die Abhängigkeit von nicht-publizistischen Entscheidungen steigen könnte und somit auch eine Gefahr eines käuflichen Journalismus bestehen würde. Hinsichtlich des Online-Journalismus ist dies jedoch noch schwieriger, da dieser nur wenig finanzielle Einnahmen mit sich bringt.

Die hier dargestellten Trends umfassen keineswegs alle Trends des Medienwandels, sondern streichen die wichtigsten hervor. Fakt ist, dass der Medienwandel auf vielfältige Prozesse verweist, die teilweise sogar widersprüchlich erscheinen, aber auch zusammenhängen (vgl. ebd., S. 264ff).

MCLUHAN erkannte schon sehr früh, dass es sich nicht nur um neue technische Formen, sondern auch um eine neue Logik der Medienkommunikation handelte und diagnostizierte:

> *„Men are suddenly nomadic gatherers of knowledge, nomadic as never before, free from fragmentary specialism as never before – but also involved in the total social process as never before; since with electricity we extend our central nervous system globally, instantly interrelating every human experience. (…) Electric means of storing and moving information with speed and precision make the largest units quite as manageable as small ones" (McLuhan 1964, S.358)*

MCLUHAN spricht hier von Wissen und von der Freiheit, die den Menschen (Anm.: durch das Medium Internet) zugrunde liegt. Auch er hat somit einen Strukturwandel prognostiziert, welcher zum damaligen Zeitpunkt noch wenig absehbar war, inzwischen aber tatsächlich eingetreten ist.

3. Journalismus

Die vorliegende Arbeit basiert grundlegend auf Interviews mit österreichischen Journalisten, die bei einem „traditionellen“ Medium tätig sind und zugleich ein Weblog führen. Daher ist es an dieser Stelle notwendig, das Phänomen „Journalismus“ auf seine Beschaffenheit, Struktur und Funktionsweise hin zu überprüfen, bevor in Kapitel 4 auf „Weblogs und Journalismus“ eingegangen werden kann.

3.1. Was ist Journalismus?

Das Wort „Journalismus“ ist seit dem 19. Jahrhundert bekannt, dennoch existieren Hinweise, dass schon vor der Erfindung der Presse journalistisch gedacht wurde. Denn bereits seit dem 17. Jahrhundert wurden gesellschaftliche Probleme der Alltagspublizistik diskutiert, und im 19. Jahrhundert wurde der Journalismus schließlich als eigenständiger Berufszweig beobachtet. Diese Beobachtung vollzog sich in Bereichen verschiedener erkenntnistheoretischer Standorte, wie Hermeneutik, Dialektik, Phänomenologie. Heutzutage wird der Journalismus aus der Perspektive der Wissenschaft beobachtet und analysiert, wobei ein umfassendes Journalismuswissen existiert und maßgeblich aus der Warte der Kommunikationswissenschaft bearbeitet wird (vgl. Rühl, Manfred in: Burkart/Hömberg 2007, S. 117).

Die Kommunikationswissenschaft beschäftigt sich schon lange mit dem Phänomen „Journalismus“. Zahlreiche Versuche wurden bisher unternommen, den Journalismus zu definieren. Trotzdem kann von einer allgemein gültigen bzw. verbindlichen Definition längst nicht gesprochen werden. Obwohl viele Autoren theoretische Versuche unternahmen eine allgemein gültige Definition für den Journalismus zu finden und sich dem Phänomen insgesamt anzunähern (vgl. als Überblick: Löffelholz 2000), gilt auch heute noch die beinahe 30 Jahre alte Analyse Manfred RÜHLS, dass Journalismus schwierig zu identifizieren sei (vgl. Rühl 1980, S. 11. zit. nach: Quandt 2005, S. 23). Im Jahr 1992 konstatiert RÜHL, dass in Anbetracht der zahlreichen, widersprüchlichen Theorien und Ansätze das Versprechen den Journalismus eindeutig zu definieren noch immer nicht eingelöst werden kann (vgl. Rühl 1992, S. 127. zit. nach: Quandt 2005, S. 23). Interessanterweise kommen auch jüngere Arbeiten, diese Thematik betreffend, zu ähnlichen Ergebnissen. SCHOLL und WEISCHENBERG beschreiben beispielsweise in ihren Ausführungen (1) traditionelle Beschreibungen, (2) den Erklärungsrahmen der empirischen Journalismusforschung, (3) die Gatekeeper- bzw. Redaktionsforschung, (4) Ansätze der Sozialisation und

Professionalisierung, sowie (5) die Perspektive der konstruktivistischen Journalismustheorie (vgl. Scholl 1998, S. 25-51). Daraus geht hervor, dass zahlreiche unterschiedliche Ansätze vorliegen und vielfältige Sichtweisen präsentieren. Doch die unterschiedlichen, einander ausschließenden Definitionen machen es unmöglich eine allgemein gültige, akzeptierte Definition zu finden. LÖFFELHOLZ weist darauf hin, dass die Pluralität der Ansätze nicht unbedingt als negativ zu bewerten ist und kommt zu folgendem Schluss:

> *„Die Emergenz wissenschaftlicher Theorien zum Journalismus stellt sich als eher diskontinuierliche Herausbildung einer Multiperspektive dar. Der Erkenntnisfortschritt beruht weniger auf der Substitution ‚veralteter' Theorien, sondern primär auf Komplexitätsgewinnen bei der Konstruktion von Theorien. Solche Komplexitätsgewinne ergeben sich insbesondere aus*
>
> - *der Komplementarität normativer und empirisch-analytischer Betrachtungsweisen;*
> - *der Komplementarität subjekt- und system-orientierter Theoriebildung;*
> - *der Komplementarität struktur- und prozeß-orientierter Ansätze;*
> - *der Gegensätzlichkeit realistischer (ontologischer) und konstruktivistischer Erkenntnistheorie;*
> - *dem (bisherigen) Nebeneinander sozial- und kulturwissenschaftlicher Perspektiven." (Löffelholz 2000, S. 32f)*

In seiner Analyse verweist LÖFFELHOLZ auf zwei in der deutschsprachigen Journalismusforschung vorherrschenden Ansätze: Einerseits auf die *akteurszentrierte Perspektive*, wonach sich Journalismus als die Summe der Journalisten und ihren Handlungen konstituiert, andererseits auf die *systemorientierte Perspektive*, wonach Journalismus als ein gesellschaftliches System definiert wird, das für die Gesellschaft bestimmte Leistungen zu erbringen hat. Neben dieser zweigeteilten Theorie des Journalismus existieren natürlich noch andere Ansätze, die in der Folge diskutiert werden.

Irene NEVERLA spricht vom Journalismus als einer „verspäteten Profession" und erklärt: *„Es gibt nicht mehr den Journalismus, es gibt >Journalismen< als Vielfalt von Formen und Funktionen in der Gestaltung öffentlicher Kommunikation"* (Turnheim 2007, S. 76). Demgegenüber besteht Hans WAGNER auf dem „Unwandelbaren im Journalismus". Er definiert vier Merkmale für den traditionellen Journalismus: Der Journalist sei durch seine Tätigkeit im Journalismus als ein „Nachrichtenarbeiter" zu verstehen. Außerdem leistet er „Nachrichtenarbeit" unabhängig von seiner räumlichen Distanz. Des Weiteren ist er ein „Vermittler von Nachrichten", welcher für das Publikum auf die „Optimierung seiner Vermittlung" abzielt

und auf die „Konzentration des Zeitgespräches“ Wert legt. Als letztes agiere der Journalist nach dem Prinzip der Unparteilichkeit (vgl. Turnheim 2007, S. 76). Wenn man sich jedoch die Geschichte des Journalismus genauer ansieht, kann man feststellen, dass die Berichterstattung des Journalismus oftmals durchaus parteilich war und von den Lesern zu der jeweiligen Zeit auch in diesem Sinne verstanden wurde.

Laut Wolfgang R. LANGENBUCHER ist der Journalismus als eine spezifische Kulturleistung zu verstehen, welche mit der Literatur, dem Theater, der Philosophie, der Kunst oder der Wissenschaft vergleichbar ist. Demnach ist Journalismus für ihn eine Leistung der Moderne, welche mit den Leistungen der zuvor genannten Kulturen gleichberechtigt ist (vgl. ebd., S. 77f). Laut RÜHL wird der Journalismus als ein selbstreferentielles und autopoietisches System verstanden, also als System, welches durch zirkuläre Strukturen, eigene Elemente und elementare Operationen gekennzeichnet ist. Beim Journalismus wird unter der Funktionserfüllung die Herstellung und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Kommunikation verstanden (vgl. Rühl 1980, zit. nach: Altmeppen In: Neverla, 1998, S.199). WEISCHENBERG erklärt, dass der Journalismus Themen zur Verfügung stellt, die der Medienkommunikation dienen. Diese besitzen in der Regel Neuigkeitswert und Faktizität, da sie an sozial verbindliche Wirklichkeitsmodelle und ihre Referenzmechanismen gebunden sind (vgl. Weischenberg 1995, S.97. zit. nach: Altmeppen in: Neverla, 1998, S.199). Diese Funktion des Journalismus wird insbesondere für die Gesellschaft erbracht sowie für einzelne soziale Systeme wie Politik, Wissenschaft, Wirtschaft, Kunst, Recht, etc. Die so genannte Informationsfunktion wird zur zentralen Leistung des Journalismus deklariert. In dieser geht es um die Publikation von Themen, welche dem Journalismus angeboten werden. Sie ist jedoch nicht die einzige Funktion, die der Journalismus zu erfüllen hat (vgl. Kap. 3.3).

Um wieder auf den Gedanken zurück zu kommen, dass verschiedene Ansätze und Theorien in der Forschung bestehen soll nun weiter auf die Zweiteilung des Journalismus eingegangen werden, die LÖFFELHOLZ dargestellt hat. Dazu muss angemerkt werden, dass die systemtheoretisch-orientierte Perspektive gerade in Deutschland den Diskurs der Journalismustheorie dominiert (vgl. Löffelholz 2000[16]). In der empirischen Forschung zum Journalismus scheint allerdings die personen- bzw. akteurszentrierte Sichtweise zu überwiegen, was auch in Österreich der Fall ist. So dokumentiert KARMASIN in seinem Werk „*Journalismus: Beruf*

[16] Wobei die zweite Auflage (2004) durch eine Erweiterung des Spektrums von Ansätzen vermuten lässt, dass sich die Theoriebildung mehr und mehr ausweiten lässt.

ohne Moral? Von der Berufung zur Profession" anhand einer empirischen Studie ethische und moralische Grundsätze des österreichischen Journalismus. Die *akteurszentrierte* Sichtweise lässt sich immerhin bis in die frühen 1920er Jahre zurückverfolgen, als normativ-individualistische Modellierungen des Journalismus stattfanden (vgl. ebd., S. 31ff). Diese beschreibt den Journalismus lediglich als das was Journalisten tun – wie auch Hans WAGNER ausführte – und lässt andere Gedanken und Ideen völlig aus.
Die *systemtheoretische* Sichtweise geht auf die personenbezogene Definition des Journalismus nicht ein, denn Akteure spielen in diesem Gedankenkonstrukt keine zentrale Rolle. Die Personen werden hier nicht als Personen in die Überlegungen miteinbezogen, sondern allenfalls mit ihren „psychischen Systemen". Der Kern der systemtheoretischen Beschreibung bilden Systeme wie Politik, Wissenschaft, Wirtschaft, welche für die Gesellschaft bestimmte Funktionen und Leistungen erbringen (vgl. Weischenberg 1995, S.97. zit. nach: Altmeppen In: Neverla 1998, S.199). Die Anhänger einer systemtheoretischen Sichtweise suchen ebenfalls nach einem Platz für den Journalismus in dem Theoriegebäude als eines der Systeme innerhalb der Gesellschaft (vgl. Scholl 1998, S.25-51). Andere Autoren verstehen den Journalismus auch als ein Subsystem des Systems „Öffentlichkeit" (Kohring 1997).

Die Bedeutung des Journalismus wird von verschiedenen Autoren – wie in den obigen Ausführungen deutlich wird - unterschiedlich betrachtet. Es existieren jene, die den Journalismus als Bindeglied verstehen, das die Gesellschaft zusammenhält, andere meinen wiederum, dass er die Funktion als Bindeglied verlieren wird und erwarten durch neue Formen von Informationsverbreitung sogar sein Ende (vgl. Quandt in: Löffelholz 2000, S. 451).
Laut TURNHEIM ziehen WEICHERT und ZABEL in Bezug auf den Journalisten der heutigen Zeit folgenden Schluss:

> *„Auch wenn es wahrscheinlich so mancher Angehörige des Metiers leugnen würde: Der echte Journalist schreibt – und sendet – nach wie vor nur seiner selbst wegen. Geltungsdrang und Idealismus, häufig gepaart mit einer Spur von missionarischen Eifer und dem Hang zur Selbstinszenierung, sind bis heute der Motor oder besser: die >Seele< journalistischer Arbeit geblieben" (Turnheim, 2007, S. 88).*

3.2. Funktionen von Journalismus

In der vorliegenden Arbeit soll jedoch nicht der Journalismus an sich diskutiert werden – die oben angeführten Ausführungen dienen einer Einführung in den Journalismus –, sondern die Person des Journalisten und seine Einstellungen, sowie Erfahrungen in Hinblick auf das

Weblog-Phänomen. Aus diesem Grund wird in diesem Kapitel zuerst eine Erklärung zum Journalismussystem gegeben und im Anschluss auf die Funktionen des Journalismus sowie auf das Rollenselbstverständnis der Journalisten eingegangen.

Generell produziert und rezipiert das Journalismussystem zeitlich vorab programmierte Programme zur öffentlichen Kommunikation. Auf der Seite der journalistischen Produktion arbeiten Fachleute in Berufs- und Arbeitsrollen, demnach Journalisten, Verleger, Manager, etc. in Form einer Organisation für und in Verlagen, Nachrichtenagenturen, Rundfunkanstalten, etc. Auf der anderen Seite, der Rezeptionsseite, befinden sich journalistische Laien, welche in nicht-organisatorischen Rollen operieren. Diese sind Leser, Hörer, Zuseher, Käufer, Abonnenten, etc. welche wiederum in Haushalte eingebunden sind (Familien, Heime, Ein-Person-Haushalte). Über soziale Märkte beschaffen sich diese Produktionsorganisationen und Rezeptionshaushalte die notwendigen Ressourcen zur Produktion bzw. Rezeption (vgl. Rühl In: Burkart/Hömberg 2007, S.128). Diese setzen sich aus folgenden zusammen: *„Erwerbsarbeit, öffentliche Aufmerksamkeit, unterscheidbare Informationen, durchsetzungsfähige Themen, mitmenschliche Achtung, gültiges Geld, einklagbares Recht, verfügbare Zeit“* (ebd., S.128). Die hier angeführten Ressourcen sind durch gesellschaftliche Knappheit gekennzeichnet und auch anderorts begehrt und einsetzbar. Demnach besteht ein Wettbewerb um journalistische Ressourcen (vgl. ebd., S.128).

Um die Funktionen des Journalismus definieren zu können, soll hier versucht werden, das Phänomen des Journalismus jenem der Online-Kommunikation gegenüberzustellen und Unterschiede bzw. Gemeinsamkeiten herauszuarbeiten. In Hinblick darauf soll zunächst geklärt werden, was den traditionellen Journalismus auszeichnet und welche Funktionen er zu erfüllen hat.

> *„Journalismus generiert öffentliche bzw. öffentlichkeitswirksame (…) Aussagen. Diese Sichtweise findet sich in normativen Ansätzen, die dem Journalismus eine ‚öffentliche Aufgabe’ zuweisen, ebenso wie in elaborierten systemtheoretischen Beschreibungen, die Journalismus als Leistungssystem des Funktionssystems ‚Öffentlichkeit’ ansehen.*
>
> *Diese öffentlichkeitswirksamen Aussagen werden im Kontext von Redaktionen als Teil von Medienorganisationen produziert. Journalismus ist darüber hinaus aber auch definierbar über die Tätigkeiten der journalistischen Akteure. Journalismus ist in dieser Sichtweise beschreibbar als das, was professionelle, redaktionell arbeitende Kommunikatoren tun“ (Quandt in: Löffelholz 2000, S. 452).*

Demgegenüber steht die Online-Kommunikation – die für das Weblog-Phänomen relevant erscheint – mit folgenden Funktionen und Tätigkeitsbereichen:

> *„Öffentliche, journalistische Aussagenproduktion bedeutet im Allgemeinen auch massenmedial vermittelte Kommunikation für entsprechend große Zielgruppen. Das Versenden einer selbstrecherchierten Nachricht über E-Mail an einzelne Personen oder Personengruppen wäre in dieser Sichtweise nicht mehr ‚journalistisch', ebenso wenig wie das Publizieren derselben Botschaft in einem öffentlich zugänglichen Chatroom, der aber nur von wenigen (…) Nutzern besucht wird.*
>
> *Das Verfassen eines Artikels auf dem heimischen PC nach gründlicher privater Recherche und mit anschließender Vervielfältigung auf einer eigenen Homepage entspricht ebenfalls nicht der Vorstellung von Journalismus als professioneller Aussagenproduktion im Rahmen von Medienorganisationen: Zwar mag die Tätigkeit der Aussagenproduktion in vielen Aspekten journalistischen Kriterien genügen, doch mangelt es an einer ausdifferenzierten Organisationskultur" (ebd., S. 452).*

Dieser Definition nach kann Journalismus, sofern er sich von der Verbreitung von Nachrichten durch das jeweilige Medienunternehmen weg bewegt, nicht mehr als professioneller Journalismus verstanden werden und ist demnach von der jeweiligen Organisationskultur und dem Medienunternehmen abhängig, welches journalistische Aussagen massenmedial verbreitet. Allerdings wird hier ein Widerspruch gesehen, da auch Online-Kommunikation in massenmedialer Weise stattfinden kann. Im Grunde lässt sich Journalismus doch nicht durch die voran schreitende Technologie definieren, sondern durch die Funktion, welche Nachrichten in den Leben der Menschen spielen. Demnach ist der vordergründige Zweck von Journalismus *„to provide citizens with the information they need to be free and self-governing"* (Kovach 2001, S. 17). Dieser Ansicht nach ist der Journalismus insofern eine Hilfestellung, als dass er Gemeinschaften definiert, eine allgemeine Sprache kreiert und gemeinsames Wissen herstellt, welches in der Realität verwurzelt ist. Besonders bedeutsam scheint die demokratische Funktion des Journalismus zu sein. Durch eine Umfrage fand KOVACH heraus, dass: *„News professionals at every level…express an adamant allegiance to a set of core standards that are striking in their commonality and in their linkage to the public information mission"* (ebd., S. 20). Wichtig erscheint demnach für ein generelles Wohlergehen der Gesellschaft zu sorgen, indem man sie ausreichend informiert. Laut KOVACH ist die demokratische Mission des Journalismus keineswegs neu, da das Konzept der Kreation von Souveränität schon seit Jahrzehnten ein wesentliches Anliegen für den Journalismus zu sein scheint (vgl. ebd., S. 20f). Durch diesen Ansatz geht die vorliegende Arbeit davon aus, dass auch die Berichterstattung in Weblogs durch Journalisten als „Journalismus" verstanden werden kann.

In der Folge soll nun auf die Funktionen der Massenmedien eingegangen werden.
Darunter werden jene Funktionen verstanden, die den Medien in einer demokratischen Gesellschaft zugeschrieben werden, sowie die Leistungen, die die Medien für die Gesellschaft erbringen. Die Funktionen sind die Konsequenzen der kommunikativen Handlungen, die dieses System konstituieren und die die Anpassungsmöglichkeiten an die Umwelt, d.h. an die jeweilige Gesellschaft, fördern (vgl. Burkart 2002, S. 378f). Nach RONNEBERGER ist speziell die Funktion der Massenkommunikation diejenige *„im wesentlichen geistige Tätigkeit, die von sozialen Systemen in einer hochentwickelten und komplexen Industriegesellschaft darauf hin beurteilt wird, inwieweit sie ihren Bedürfnissen und Erwartungen gerecht wird. (…) Es ist jeweils zu fragen, auf welche Umweltsysteme sich eine journalistische Leistung bezieht“* (Ronneberger 1979, S.130). Anhand der folgenden Tabelle sollen die Gesellschaftlichen Funktionen der Massenmedien veranschaulicht werden:

soziale	politische	ökonomische
Funktionen der Massenmedien		
Informationsfunktion		
Sozialismusfunktion	Herstellen von Öffentlichkeit	Zirkulationsfunktion
soziale Orientierungs-funktion	Artikulationsfunktion	regenerative Funktion
Rekreationsfunktion	politische Sozialisations- und Bildungsfunktion	herrschaftliche Funktion
Integrationsfunktion	Kritik- und Kontrollfunktion	
soziales	politisches	ökonomisches
gesellschaftliches System		

Tabelle 5: Gesellschaftliche Funktionen der Massenmedien. *Eigene Tabelle nach: Burkart 2002, S. 382.*

Die *Informationsfunktion* wird zur zentralen Leistung des Journalismus deklariert. Hier geht es um die Publikation von Themen, welche dem Journalismus angeboten werden. Sie ist eine Leistung der Massenmedien, die diese übergreifend im Hinblick auf das soziale, politische und gesellschaftlich-ökonomische System erbringen. Durch die Wissensvermittlung durch die

Medien wird auch das subjektive Wissen des Rezipienten erweitert (vgl. Burkart 2002, S. 402). Die Vermittlung von Information basiert auf Sekundärerfahrungen[17], ebenso erfolgt die Reduktion von subjektiven Nichtwissen durch Kommunikation. Durch die Informationsfunktion sorgen die Massenmedien vor allem dafür, dass die Menschen wirtschaftliche, politische und soziale Zusammenhänge nachvollziehen können und demokratische Prozesse verstehen, um selbst aktiv daran teilhaben zu können (vgl. ebd., S. 404f).

Die *sozialen Funktionen* der Massenmedien beruhen auf Leistungen, die diese in Hinblick auf die gesellschaftliche Umwelt als soziales System erbringen (vgl. ebd., S. 383). Die so genannte *Sozialistationsfunktion* erscheint für das Zusammenleben von Menschen in Gesellschaften als besonders bedeutsam. HESS versteht darunter insbesondere die *„Sozialisierung und Stärkung des Normbewusstseins“* (Hess 1969, S. 277). Durch die Massenmedien werden den Rezipienten Werte, Normen, Handlungsmuster und Rollenverhalten bereitgestellt. Demgegenüber bezieht sich die *soziale Orientierungsfunktion* auf das Zurechtfinden der Menschen in einer immer komplexer werdenden Gesellschaft. Sie kann somit als ein Reflex auf den sozialen Wandel verstanden werden. Diese macht es sich zur Aufgabe, die unüberschaubaren, komplexen Ereignisse und Themen, welche eine Gesellschaft beeinflussen, zu analysieren und für das Publikum verständlicher zu machen. Demnach muss der Journalismus durch diese Funktion dem Publikum Orientierungshilfen anbieten, um die gesellschaftlichen Vorgänge nachvollziehen zu können (vgl. Weischenberg/ Altmeppen/ Löffelholz 1994, S.143ff. zit. nach: Altmeppen in: Neverla, 1998, S.199 und vgl. Burkart 2002, S. 386). Die *Rekreationsfunktion* erfüllt das Bedürfnis nach Ablenkung und Zerstreuung der Menschen, durch die Erholung und Entspannung gewährleistet werden. Dadurch, dass Massenmedien in der Lage sind gewisse Fluchttendenzen zu unterstützen, bieten diese im weitesten Sinne Lebenshilfe, denn sie erfüllen das Bedürfnis nach Abenteuer, Vergnügen, Angst und Schrecken. Dieser Aspekt wird mit dem Begriff „Eskapismusfunktion“ bezeichnet (vgl. Burkart 2002, S. 387). Die letzte soziale Funktion, die *Integrationsfunktion*, beschreibt, dass Medien in unserer differenzierten Gesellschaft anerkannte Verhaltensweisen und Normen vermitteln. Außerdem stellen sie Loyalität für die Geltung der vermittelten Normen her. MALETZKE sieht den besonderen Wert dieser Funktion in der Tatsache, dass der Mensch sich über seinen eigenen Erfahrungshorizont hinaus, als Teil der Gesellschaft fühlt, welche er wiederum als Ganzes wahrnimmt (vgl. Maletzke 1984, S. 139).

---

[17] Sekundärerfahrung bedeutet, dass man die jeweilige Erfahrung nicht persönlich macht; Primärerfahrungen liegen hingegen bei Erlebnissen in direktem Umgang mit Dingen vor.

Die *Politischen Funktionen* der Massenmedien beziehen sich in erster Linie auf demokratisch organisierte Staaten und sind Leistungen in Hinblick auf die gesellschaftliche Umwelt als politisches System. Unter „Öffentlichkeit“ versteht man das Zugänglichmachen von Informationen mittels der Massenmedien. Unter dem *Herstellen von Öffentlichkeit* wird die Erzeugung von Öffentlichkeit bezüglich politischer Programme, Absichten, Forderungen und Ziele verstanden, wobei dadurch am politischen Prozess Beteiligte miteinander in Kommunikation treten (vgl. Burkart 2002, S. 390f). Dadurch, dass Massenmedien die Erwartungen der Bürger ebenso thematisieren wie die Entscheidungen des politischen Systems, kommt es zum Austausch zwischen Organisationen, Institutionen, Parteien und Bürgern. So können Massenmedien das Wissen für die Willensbildung bereitstellen und die Teilnahme der Bürger am politischen Prozess (politische Bildung) ermöglichen. Die *Artikulationsfunktion* geht mit dem Transport der Stimmung in der Bevölkerung einher, somit sind die Massenmedien Sprachrohr für alle demokratischen Parteien. Journalisten fungieren in diesem Prozess als Vermittler (vgl. ebd., S. 393f). Die *politische Sozialisationsfunktion* gewährleistet, dass die politischen Rollen transparent gemacht werden, um eine aktive Teilnahme am politischen Geschehen zu ermöglichen (vgl. ebd., S. 394ff). Unter der *politischen Bildungsfunktion* wird die Aufgabe der Massenmedien verstanden, einen Beitrag zur Heranbildung von am politischen Prozess beteiligten Staatsbürgern zu leisten. Die letzte politische Funktion der Massenmedien ist die *Kritik- und Kontrollfunktion.* Massenmedien verschaffen den Mitgliedern der Gesellschaft einer Demokratie öffentliches Gehör und geben ihnen somit die Möglichkeit zur Kritik an den Machtträgern. Außerdem kritisieren die Massenmedien durch Recherchen oder Kommentare zu aktuellen Themen selbst den Staat, die Gesellschaft oder Organisationen. Durch die Veröffentlichung von Kritik kann gewissermaßen Kontrolle über die kritisierten Zustände gewährleistet werden (vgl. ebd., S. 395ff).

Die ökonomischen Funktionen der Massenmedien beziehen sich auf die gesellschaftliche Umwelt als ökonomisches System in Gesellschaften, die nach privatwirtschaftlichen Prinzipien organisiert sind (vgl. ebd., S. 397). Durch die *Zirkulationsfunktion* bieten die Medien für die Aktivierung des Ware-Geld-Umlaufs Unterstützung und beschleunigen den Warenumschlag. Diese Leistung können sie erbringen indem sie als Werbeträger fungieren. Durch weitere Leistungen, nämlich Wissensvermittlung, Sozialtherapie und Legitimationshilfe, stabilisieren Medien das kapitalistische Wirtschaftssystem. Die *regenerative Funktion* betrifft die Befriedigung der Informations- und Unterhaltungsansprüche der Rezipienten, die zur Gratifikation führt. Durch die *herrschaftliche Funktion* tragen alle massenmedialen

Informations- und Unterhaltungsangebote tragen zur Legitimierung und Propagierung des gesellschaftlichen Organisationsprinzips bei, auf welchem die Gesellschaft sowie auch die Medien basieren (vgl. ebd., S. 398ff).

Die hier angesprochenen Kommunikationsleistungen hat der Journalismus unter den Bedingungen wirtschaftlicher Effizienz, großbetrieblicher Produktionsweise und rationeller Technik zu erbringen. Aufgrund dieser Tatsache ist der Journalismus an die wirtschaftlichen und technologischen Strukturelemente der Medien gebunden, wobei diese Gegebenheit die journalistische Produktion von Aussagen sowie die journalistische Arbeit allgemein beeinflusst. Zur Sicherstellung der Leistungen hat sich der Journalismus im Laufe der Zeit spezielle redaktionelle Verarbeitungsroutinen geschaffen. Die Produktion journalistischer Aussagen basiert auf formalisierten Verfahren, speziellen Entscheidungsprogrammen und routinisierter Arbeitsabläufe. Diese integrieren das Verfassen von Nachrichten, die Nachrichtenfaktoren, die Organisation der redaktionellen Arbeit und die Selektion bzw. Entscheidungen, welche Themen schlussendlich publiziert werden (vgl. Weischenberg/Altmeppen/Löffelholz (1994) und Rühl (1980) zit. nach: Altmeppen in: Neverla 1998, S.199f).

Durch das elektronische Zeitalter verändern sich laut KOVACH allerdings einige Funktionen des Journalismus. Information hat sich im Laufe der Zeit zu einem derart freien Gut entwickelt, dass der Begriff des Journalismus als homogenes Wesen wunderlich erscheinen könnte. *„Certainly, the notion of the press as a gatekeeper – deciding what information the public should know and what it should not – no longer strictly defines journalism's role"* (Kovach 2001, S. 23). Laut KOVACH ist das Aufkommen bzw. der Aufstieg des Internets nicht dafür verantwortlich, dass der Anspruch bzw. die Aufgabe von Journalisten, für die Gesellschaft Information zu filtern, veraltet ist. Im Gegenteil – durch die Masse an Information erscheint diese Aufgabe bei weitem wichtiger als je zuvor.

> *„The new journalist is no longer deciding what the public should know. She is helping audiences make order out of it. This does not mean simply adding interpretation or analysis to news reporting. The first task of the new journalist/ sense maker, rather, is to verify what information is reliable and then order it so people can gasp it efficiently" (ebd., S. 24).*

KOVACH verweist darauf, dass sich die Rolle des Rezipienten bzw. des Publikums von dem „Consumer" zu einem „Prosumer" gewandelt hat, welcher eine Kreuzung zwischen *Consumer* und *Producer* darstellt. Auch BRUNS beschreibt ein ähnliches Phänomen, vertritt aber die Meinung, dass sich das Publikum zu so genannten „Produsers" gewandelt hat, einer

Wortkreuzung aus *Producer* und *User*. In seinem Fall ist der Rezipient kein *Consume*r, sondern wird zum *User* erklärt. KOVACH hingegen ist der Meinung, dass die traditionellen Medien die Aufgabe besitzen, ihrem dynamischen und komplexen Publikum all das bereit zu stellen, was es benötigt, um die Wahrheit für sich selbst im Laufe der Zeit aus dem Informationsangebot filtern zu können (vgl. ebd., S.24ff).
QUANDT verweist darauf, dass durch die Dynamik der Online-Kommunikation auf Prozesse aufmerksam gemacht wird, welche in den klassischen Medien wenig bis keine Beachtung finden. Insofern meint er, dass die Online-Kommunikation den Journalismus zwar nicht revolutionieren wird, jedoch durch neue Fragestellungen und Sichtweisen möglicherweise eine Transformation der Journalismustheorie bewirken könnte (vgl. Quandt in: Löffelholz 2000, S. 468).
ROBINSON betont in ihren Ausführungen, worauf Journalisten besonderen Wert legen müssen und welche Aufgaben sie zu erfüllen haben und bezieht sich dabei auf KOVACH und ROSENSTIEL: *„Journalists must abide by a code to be objective, independent, accurate and truthful. They have a responsibility to society to provide significant, relevant information that can be used to inform democracy"* (Kovach and Rosenstiel (2001), zit. nach Robinson in: Journalism, 2006, S. 65).

3.3. Das Rollenselbstverständnis traditioneller Journalisten

Da es für die empirische Forschung von Bedeutung ist, wie Journalisten ihr Rollenselbstverständnis definieren und ob dieses auf gewisse Aspekte ihrer (Online-)Arbeit Einfluss hat, soll hier versucht werden, sich eben diesem Rollenselbstverständnis anzunähern.

BLÖBAUM thematisiert, dass es in der Journalismusforschung umstritten ist ob im System Journalismus lediglich die Journalisten selbst als Rollenträger fungieren und das Publikum dabei vollends ausgeblendet wird oder nicht. BLÖBAUM präferiert diejenige Sichtweise, welche es darauf anlegt, das Publikum in den Prozess zu integrieren – nämlich, das Publikum in der Rolle der Rezipienten journalistischer Angebote als Bestandteil des Systems Journalismus zu sehen. Nur mit einem Publikum als Empfänger journalistischer Angebote ist es möglich durch Journalismus öffentliche Kommunikation herzustellen. BLÖBAUM versucht die Veränderungen des Rollenselbstverständnisses traditioneller Journalisten insofern zu beschreiben, als dass er dieses unter dem Gesichtspunkt des Wandels genauer erfasst:

> *„Änderungen [sind] zunächst einmal als systemintern induziert zu betrachten. Dies lenkt den Blick auf Kommunikationen, Handlungen und Prozesse innerhalb*

> *des System[s] und vermeidet vorschnelle deterministische Argumente, wie etwa die These von der ökonomischen Durchdringung des Journalismus (…). Die Beobachtung, dass sich Journalismus stark den (empirisch differenziert erhobenen) Bedürfnissen und Wünschen des Publikums anpasst, bedeutet nicht automatisch einen Autonomieverlust für das System Journalismus. Strukturen des Journalismus haben sich in der Systemgeschichte immer auch in Bezug auf das Publikum und in Wechselwirkung mit Interessenslagen von Rezipienten entwickelt" (Blöbaum in: Behmer 2005, S.53).*

BLÖBAUM verweist hier darauf, dass neben dem allgemeinen Publikum auch noch zusätzlich ein Publikum aus (Experten-)Rollen wie Politikern, Unternehmern, Sportlern, etc. existiert. In Bezug auf den Wandel ist festzuhalten, dass vom Journalismus unterschiedliche Rezeptionserwartungen bedient wurden. Das bedeutet, dass der Journalismus das Publikum nicht nur politisch angesprochen hat, sondern Erwartungen wie Unterhaltung und Bildung immer in die Berichterstattung eingeflossen sind. Veränderte Beziehungen zum Publikum sind demnach eine Verschiebung von Erwartungen der Rezipienten sowie Erwartungserwartungen seitens der Journalisten. Ein großflächiger gesellschaftlicher Wandel muss daher alle Rollenträger im System erfassen (vgl. ebd., S.53f).

Der Medienmanager Michael GRABNER ist der Meinung, dass professionelle österreichische Journalisten die ständige Weiterbildung forcieren und demnach auch den internationalen Medienmarkt kennen sollen. Weiters plädiert er dafür, dass sich Journalisten von ihrer vorhandenen Selbstzufriedenheit lösen sollen, da dies nicht mehr reicht, um den Leser zufrieden zu stellen (vgl. Turnheim 2007, S. 184). Der Prozess des Umdenkens und Umlernens scheint für GRABNER im Vordergrund zu stehen.

In Hinblick auf das Selbstverständnis von Journalisten in Bezug auf Weblogs erklärt Torsten CASIMIR von der „Rheinischen Post", dass viele traditionelle Medien von Weblogs lernen könnten, allerdings spricht er auch von der Notwendigkeit, hierfür das journalistische Selbstverständnis zu überdenken (vgl. Garmissen in: Journalist, 12/ 2005, S.56).

4. Weblogs und Journalismus

Die Debatte über partizipative Medienanwendungen, wie beispielsweise Weblogs, ist schon seit langem im Gange. Kommunikationswissenschafter, Soziologen und Journalisten betonen die emanzipatorische revolutionäre Kraft, die dem Phänomen „Weblogs" innewohnt. Schon lange handelt es sich bei der Diskussion nicht mehr um eine „heimliche Medienrevolution", wie einst MÖLLER beschrieb (vgl. Möller, 2006). Vielmehr wird die Frage nach der Qualität dieser neuen Angebote thematisiert. Aus diesem Grund wird häufig das Verhältnis von Weblogs zu traditionellen Formaten der öffentlichen Kommunikation, wie dem Journalismus, analysiert (vgl. Bruns 2005, S. 201–236). *„Diese Vergleiche dienen der Einordnung des Phänomens ‚Weblog', der Abgrenzung von oder der Identifikation mit dem Journalismus"* (Neuberger, In: Diemand 2007, S.109). Es existieren hierbei unterschiedliche Sichtweisen. Eine davon ist, dass normale Bürger durch die Nutzung dieses Formats zu Journalisten würden bzw. eine journalistische Identität besitzen. Da man jedoch Inhalte von Weblogs nicht mit journalistischen Artikeln vergleichen kann, werden Blogger oft als Pseudo-, Gegen- oder Alltagsjournalisten bezeichnet (vgl. Zerfaß 2007, S.54). Des Weiteren wird die Frage diskutiert, ob Weblogs mit dem Journalismus konkurrieren, ihn verdrängen, ergänzen oder in diesen integriert werden. Die unterschiedlichen Sichtweisen reichen von der Thematisierung von Weblogs als *„Sargnagel"* (Alphonso/Pahl 2004) des Journalismus oder als Grund für *„das Sterben der Massenmedien"* (Burkart/Hömberg 2007, S. 262) bis hin zu der Vorstellung, dass Blogger *„Netzwerkjournalismus"* (Bucher/Büffel In: Behmer 2005, S. 85–121) betreiben. Ebenso sind in der Diskussion Positionen der strikten Abgrenzung des Formats zum Journalismus zu erkennen (vgl. Kantel 2006). Solche Diagnosen, wie die Thematisierung von Weblogs als Gefahr für traditionelle Medien, lassen allerdings historische Tiefenschärfe vermissen. In Hinblick auf die verschiedenartigen Prognosen soll jedoch darauf hingewiesen werden, dass diese in erster Linie davon abhängig ist, wie der jeweilige Autor den Journalismus definiert, wobei eine solche Definition in der Diskussion meist unklar bleibt. Trotz der negativen Prognosen hinsichtlich des Journalismus klären BURKART und HÖMBERG, dass trotz der technischen Konvergenz von Telefon, Computer und Fernsehen, die traditionellen Medien keinesfalls verdrängt werden können. Sie sprechen von einer Komplexitätsreduktion, einer Selektion gewisser Inhalte und der massenhaften Bereitstellung derselben. Nach Aussage der Autoren dürften sich eher „kommunikative Grundorientierungen" entwickeln, in welchen verschiedene mediale Angebote eine

unterschiedliche Relevanz in den Informationshaushalten der Rezipienten zugeschrieben werden (vgl. Burkart/Hömberg 2007, S. 262).

In diesem Kapitel sind vier Themenbereiche in Folge behandelt, die den Hintergrund der empirischen Studie bilden. Zuerst wird auf die verschiedenen Nutzungsmotive von Weblogs eingegangen, um klären zu können, ob Journalisten ähnliche Motive aufweisen. Danach wird auf die Qualität in Weblogs und im Journalismus eingegangen, um darstellen zu können, inwiefern sich diese unterscheidet und welche Kriterien auf beide Themenbereiche übertragen werden können. Ebenfalls wird hinterfragt, ob Weblogs als Werkzeug für Journalisten fungieren können, das heißt zu welchen Zwecken Journalisten Weblogs einsetzten. Letztlich wird das Verhältnis zwischen der Blogosphäre und den traditionellen Medien thematisiert.

4.1. Sind Weblogs Journalismus?

In den Poynter Forums, einem US-amerikanischen Journalismus-Portal, wurde bereits im Jahr 2002 die Frage aufgeworfen: *„Are Weblogs Journalism?“,* woraufhin von einem Autor, der sich in seinen Postings „Alan Herrell the head lemur“ nennt, am 15. September 2002 folgende Antwort gegeben wurde:

> *„Wrong question. A weblog is an Internet text/image journal on the screen, in the majority of cases by an individual and personal in nature with the possibility of having a viewership far beyond one's own screen. Can Journalists be Webloggers is the more important question. Taken as a given that journalists will use their training and education for accuracy, their passion for their material and reasoned articulation of their viewpoints, the freedom to publish what they consider news, analysis and commentary without the constraints of column inches, editorial cancellations, or other concerns, is in a lot of cases too much freedom” (Poynter Forums)*

Don ALPHONSO stellt in seinem Buch *Blogs!* 2004 die Behauptung auf, dass Weblogs *„der Sargnagel für die professionellen Medien im Internet werden“* (Alphonso 2004, S. 26). Des Weiteren plädiert er dafür, dass Weblogs eine *„andere Form von Journalismus“* (ebd., S. 41). sind und stellt somit die These auf, dass sie als eine Konkurrenz für die klassischen Medien zu verstehen sind. Er erklärt, dass Blogger die Informationen, die der Journalismus bietet, in „besserer“ Weise produzieren. NEUBERGER kritisiert ALPHONSOS Auffassungen bezüglich dieser Thematik und argumentiert folgendermaßen:

> *„Diese Auffassung von Journalismus stimmt nicht mit der im Journalismus und in der Wissenschaft gängigen Vorstellung überein, dass die Leistung des Journalismus darin besteht, Umweltkomplexität zu reduzieren (…). Nicht die möglichst große Zahl der behandelten Themen ist das entscheidende Kriterium, wie Don*

Alphonso behauptet, sondern ihre Relevanz. Journalismus selektiert Themen, die eine große Aktualität, einen hohen Nachrichtenwert besitzen, und bündelt sie in einem Angebot, das sämtliche Sparten abdeckt (…) und regelmäßig neu erscheint. Für das Publikum ist ein kompaktes, gut sortiertes Informationspaket weitaus komfortabler, als wenn die Informationen über viele Weblogs verstreut sind und erst mühselig zusammengesucht werden müssen" (Neuberger in: Diemand 2007, S.111f).

BUCHER und BÜFFEL sind in Hinblick auf die Frage, ob Weblogs als (eine Form von) Journalismus zu betrachten sind, folgender Meinung:

„Funktional betrachtet müssten sie (…) als Form von Journalismus gelten, da sie unter diesen Bedingungen ohne Zweifel journalistische Funktionen erfüllen: sie stellen Themen für die öffentliche Kommunikation bereit und tragen zur Selbstbeobachtung der Gesellschaft bei" (Bucher/Büffel, in: Behmer 2005, S.85).

Laut Rebecca BLOOD, einer der ersten BloggerInnen weltweit, stammen Blogger aus diversen Hintergründen. Diese versorgen ihre Leser meist mit wertvollen Informationen und informierter Darlegung und Analysen von Nachrichten, welche mit ihrem Gebiet verwandt sind. Weshalb Blogger aus diesem Grund nicht als Journalisten zu verstehen sind, erklärt sie mit folgenden Worten:

„(…) an expert is not transformed into a journalist by the simple act of writing down his response of a current news story. (…) some webloggers provide their audiences with news from their industry, offering both an insider look at the latest events and informed pointers to news stories that are important from an industry perspective. All of this is valuable information, but news about an industry from that industry–no matter how factually accurate-is public relations, not journalism, which instead seeks to put every story in a larger context than any individual perspective can provide" (Blood 2002, S.21).

NEUBERGER erklärt in seinen Ausführungen mit aller Deutlichkeit weshalb Weblogs keineswegs als Journalismus verstanden werden können. Weshalb die Gleichung „Weblogs = Journalismus" nicht aufgeht – die er zum Titel seines Textes macht – wird an dieser Stelle nachvollziehbar:

„Das Format ‚Weblog' ist ein universell anwendbares Format, ein Gefäß, das mit ganz unterschiedlichen Inhalten gefüllt werden kann. (…) Sein Gebrauch reicht vom professionell betriebenen Individualjournalismus bis zum privaten Tagebuch, so dass sich die Gemeinsamkeiten auf wenige formale Merkmale beschränken (…). Wer Aussagen über die Weblogs formuliert, liefert entweder nur ein sehr grobkörniges Bild oder idealisiert einen bestimmten Typ von Weblog. Der Journalismus erbringt Vermittlungsleistungen im Öffentlichkeitssystem (…). Daran muss sich seine Bewertung orientieren" (Neuberger in: Diemand 2007, S.127f).

Der zuvor erwähnte Autor des Poynter Forums „Alan Herrell the head lemur“ stellt sich in seinen Ausführungen die Frage ob es von Vorteil wäre, wenn Journalisten Weblogs nutzen würden und selbst Blogs führen sollten. Seine Gedanken hält er mit folgenden Worten fest:

> *„Should Journalists be Webloggers? The answer is yes. For the reasons mentioned above and also to demonstrate good writing, which in the majority of webblog [sic!] discussions is pointed to as why they don't do it. So step up to the plate and show us how it is done. Weblogs are about passion and communication. They are not about money or fame. Seems to me that Journalism is about passion and communication” (Poynter Forums).*

BRUNS kommt nach ausführlichen Vergleichen zwischen Journalisten und Bloggern zu folgendem Schluss:

> *„Are journalists bloggers? Growing numbers are, at least some of the time. Are (…) bloggers journalists? Not yet-and ideally, things will stay that way. We need the two sets of independent-in the best senses of the word-voices offering us alternative, complementary paths to truth” (Bruns 2007, S.30).*

4.2. Nutzungsmotive von Weblogs

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit den Motivationen der Weblog-Nutzung. Bezug nehmend auf die empirische Studie, bei welcher die Nutzungsmotive von Journalisten einen interessanten Aspekt darstellen, soll hier zuerst auf Merkmale bzw. Eigenschaften, die die Nutzung von Weblogs begünstigen eingegangen werden. Als zweites werden zwei Studien dargestellt, die Motivationen der Weblog-Nutzung untersucht haben um im Anschluss auf mögliche Motivationen von Journalisten eingehen zu können.

Lilia EFIMOVA hat in ihrer Studie durch die Befragung von Bloggern persönliche Charakteristika herausgefunden, welche das Bloggen unterstützen bzw. begünstigen. Demnach erklärt sie Bezug nehmend auf die Antworten, dass Blogger:

- *„have a passionate curiosity and are eager to discover new things*
- *Like, feel easy, have a habit or want to improve writing*
- *Care about passing ideas to others or “paying back” to their community*
- *Are not afraid to expose ideas at an early stage (…)*
- *Have a desire to collect, organise, explain and connect ideas*
- *Believe that articulation helps understanding*
- *Look for feedback and critical discussion*

- *Like conversations and networking*
- *Believe that sharing and open discussion are important to craft understanding, to progress and to create a better world" (Efimova in: Burg 2003, S. 120).*

Laut EFIMOVA geht aus diesen Ergebnissen bzw. Antworten hervor, dass das Bloggen, in persönlicher Hinsicht durch Werte, Glauben und Leidenschaft unterstützt wird, besonders jene, die mit „Entdeckungen", Verteilung von Wissen und offener Kollaboration in Verbindung stehen.

Nun sollen die Ergebnisse der Studie „Blog Use Motivations: An Exploratory Study" von Barbara K. KAYE dargestellt werden. Darunter finden sich einige interessante Resultate für die Motivationen von Bloggern für die Weblog- Nutzung. Von den insgesamt 3.747 Befragten beantworteten 2.397 eine offene Frage, welche ihre Gründe für den Zugriff auf Weblogs in Erfahrung bringen sollte. Dazu kurz die wörtliche Erklärung zu den Resultaten: *„The primary focus (…) examines the reasons blog users say they use blogs. (…) Many of the 2,397 respondents offered multiple reasons for accessing blogs; thus, 4,880 responses were gathered yielding 62 motivational items (…)* (Kaye in: Tremayne 2007, S. 133).
Da sich die unterschiedlichen Motivationen der Befragten in Kategorien zusammenfassen lassen – wie es bereits Kaye veranschaulicht hat – sollen lediglich die Kategorien hier zum Ausdruck gebracht werden.
Die Ergebnisse der Studie unterstreichen, dass eine der Hauptmotivationen zur Nutzung von Weblogs die *Präsentation bzw. Darstellung des Blogs/ Charakteristika des Blogs* zu sein scheint (16,8%). Auch die *persönliche Erfüllung* (16,1%) und der *Ausdruck/ Zugehörigkeit* zu Bloggern und Blog-Nutzern (15,3%) ist für viele der Blogger von großer Bedeutung. Die *Suche nach Informationen* (14,7%) sowie die *intellektuelle/ ästhetische Erfüllung* (10,2%) bilden das Mittelfeld der Antworten von Blog-Nutzern. Auf die *Informationsbeschaffung*, die sich explizit von den traditionellen Medien abwendet, sprechen 8,2% der Befragten an, wobei 7,8% eher das Gegenteil, nämlich die *Meinungssuche bzw. Anleitung* interessiert. Auf *Annehmlichkeit/ Komfort* bei der Informationsbeschaffung legen 5,2% der Befragten Wert, wobei auch *politische Informationsinstandhaltung/ Informationsbeschaffung* (3,4%) von Bedeutung ist. Lediglich 2,3% aller Befragten nutzen Blogs zur *Kontrolle von Fakten* (vgl. Kaye in: Tremayne 2007, S. 134ff).

In einer zweiten Studie der Blog-Studie 2007, einer Online-Umfrage des Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig unter der Leitung von Prof. Dr. Ansgar ZERFAß und Janine BOGOSYAN wurden Internetnutzer in Deutschland (n=605) zu ihrer Weblog-Nutzung befragt. Die Internetaffinität der Befragten lag bei 96%, die das Internet (mehrmals) täglich nutzten. Unter den Befragten befanden sich 39,5% Frauen, 60,5% Männer im Alter von 11 bis 73 Jahren.

Im Speziellen identifiziert die Blog Studie 2007 fünf unterschiedliche Arten von Blog-Nutzern: 17,7% der Befragten stellten sich als „Social Networker" heraus, die sich mit Menschen austauschen wollen. Darunter fällt in erster Linie der Kontakt mit Freunden und das Kennenlernen neuer Kommunikationspartner. Der zweiten Gruppe, jener der „Selbstdarsteller", sind ebenfalls 17,7% zuzuordnen. Diese behaupten „etwas zu sagen zu haben" und möchten vor allem „Ärger und Kritik loswerden". Diese beiden Kategorien sind den aktiven Blog-Nutzern zuzuordnen, wobei die nächsten drei Kategorien eher der passiven Gruppe der Blog-Leser zugeschrieben werden können. Die Gruppe der „Informations-Sucher" (18,9%) sucht nach aktuellen Informationen bzw. Nachrichten, während die Gruppe der „Aktiven Konsumenten" (22,8%) mehrheitlich auf der Suche nach Produktinformationen ist. Die Gruppe der „Wissensdurstigen" bildet die Größte Gruppe aller Befragten mit 23,7%. Sie suchen nach Hintergrund-Informationen und trauen klassischen Medien weniger als andere Gruppen.

Hinsichtlich dieser Klassifikationen gibt es noch Unterscheidungen zwischen den Gründen der Blog-Nutzung (vgl. Blogstudie 2007):

> *„Aktive Blogger scheinen im Gegensatz zu Bloglesern ein viel stärkeres Sendungsbewusstsein zu haben: 66,8 Prozent der Blogger bloggen, weil sie meinen „etwas zu sagen zu haben". Die Leser sind da weniger eitel: von ihnen behaupten dies nur 7,5 Prozent. Als Motivation für das Schreiben eines Weblogs gab fast jeder fünfte Blogger (18,5 Prozent) an, „Leute aufklären" zu wollen und 16,1 Prozent zielen sogar darauf ab „die Gedanken anderer zu beeinflussen". Bei den Blog-Lesern überwiegt das Motiv der Informationssuche. Jeder Vierte (26,5 Prozent) nutzt Blogs, um sich über Produkte zu informieren, während nur 3,7 Prozent der Schreiber dies tun" (ebd., 2007).*

In Hinblick auf das Informationsangebot von Blogs sind sich aktive und passive Blog-Nutzer einig. Die Leser (68,3%) und die Schreiber (64,4%) sind der Meinung, dass in Weblogs Informationen zu finden sind, die sie sonst nirgends finden. Relevanz erhalten Blogs auch zur Recherche von Hintergrundinformationen. Blog-Leser (56%) und Schreiber (47,3%) informieren sich in Blogs nach aktuellen Ereignissen (vgl. ebd., 2007).

Nachdem auf die Hauptmotivationen der Weblog-Nutzung im Allgemeinen und verschiedene Klassifikationen von Weblog-Nutzern festgehalten wurde, sollen in der Folge Ergebnisse speziell zu den Motivationen der Weblog-Nutzung von Journalisten eingegangen werden.

Laut Martin WELKER zeigen einige Antworten auf die Frage, welche Ziele Journalisten beim Bloggen verfolgen, interessante Ergebnisse. Die Ziele lassen sich wie folgt zusammenfassen:

> *„Erstes Ziel: Kolleginnen und Kollegen einen Überblick über medienrelevante Berichte zu geben. Zweites Ziel: Die eigene Kompetenz in diesem Bereich zu steigern. Drittes Ziel: Spaß an dieser Form des Publizierens haben." (Welker, Martin in: Message 1/2006, S.88).*

Weitere ausgewählte Antworten von Journalisten beschreiben Weblogs beispielsweise als eine neue Form des Publizierens, die Herstellung von Identifikation und Austausch von Erfahrungen und als gegenseitige künstlerische Befruchtung. Auch als Stilübung sowie als Festhalten von Erfahrungen und Testergebnissen oder Artikeln, die nicht unmittelbar im Ursprungsmedium publiziert werden konnten wird das Bloggen von Journalisten verstanden (vgl. Welker, Martin in: Message 1/2006, S.88).

4.3. Qualität in Weblogs und im Journalismus

Das folgende Kapitel widmet sich zuerst dem Thema Qualität im Journalismus. Es wird versucht darzustellen, welche Kriterien dafür gelten und welche ethischen Voraussetzungen der Journalismus erfüllen soll. In dieser Arbeit wird das Thema Ethik in der Thematik der Qualität integriert, stellt also kein eigenes Phänomen dar, sondern wird hier als Teilbereich von Qualität verstanden. Im zweiten Teil dieses Kapitels wird Qualität in Bezug auf Weblogs behandelt. Da es sich hier um ein relativ junges Phänomen handelt, können viele der Schlüsse nicht auf derart fundiertem theoretischen Hintergrund basieren, wie es im ersten Teil des Kapitels der Fall ist. Es soll festgehalten werden, welche Merkmale für Qualität in beiden Bereichen grundlegend und relevant erscheinen und inwiefern sie sich (eventuell) sogar überschneiden.

4.3.1. Der Qualitäts-Begriff

Die Debatte über Qualität im Journalismus erscheint äußerst komplex, nicht zuletzt, weil der Qualitätsbegriff hohe Komplexität aufweist und somit einen wesentlichen Faktor für die Unabgeschlossenheit der wissenschaftlichen Debatte bietet. Laut BUCHER gibt es fünf Gründe, weshalb die Qualitätsdebatte derartige Komplexität aufweist:

- *„Qualitäten sind keine Eigenschaften der Gegenstände denen sie zugesprochen werden, sondern Beobachterkonstrukte“ (Bucher 2003, S.12).*

Damit meint BUCHER, dass jeder Beobachter in Hinblick auf den beobachteten Gegenstand, sein eigenes Qualitätsurteil fällt. Dieses fällt er auf Basis seiner Interessenslage, Position, Perspektive und Standards. Der Abgleich zwischen den verschiedenen Perspektiven der Beobachter erfolgt allein durch Kommunikation, die für Qualitätsdebatten und öffentliche Medienkritik als sinnvoll erscheint (vgl. ebd., S.12).

- Der zweite Grund für die Komplexität der Qualitätsdebatte ist die Vielfalt der möglichen Bezugsaspekte. Im Falle des Journalismus – aber auch in allen anderen Bereichen – können Qualitätsurteile auf unterschiedliche Komponenten der Medienkommunikation Bezug nehmen. Speziell im Journalismus auf *„die Produkte, ihre gattungsspezifische Realisierung, ihre möglichen Folgen in ganz verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen, ihre Vorgeschichte, beispielsweise die Recherche, die Kosten, die Reichweite, die Strukturen einer Redaktion eines Verlages, einer Anstalt, die Kompetenz und die Ausbildung der Akteure“* (ebd., S.13).

Durch die Tatsache, dass oft Uneinigkeit besteht, welcher der relevante Aspekt ist, bestehen oft Schwierigkeiten zur Klärung journalistischer Qualität beizutragen.

- Einen weiteren Grund weshalb sich die Qualitätsdebatte als komplex herausstellt, bilden konfligierende Prinzipien, Maßstäbe, Werte, Normen und Regeln:

  „Maßstäbe aus den Bereichen des Medienrechts, des Persönlichkeitsschutzes, weltanschauliche und religiöse Prinzipien, Handwerks- und How-to-do-Regeln, redaktionsspezifische Vereinbarungen oder medienethische Grundsätze“ (ebd., S.13).

In Qualitätsdebatten kommen oftmals all die angesprochenen Normierungsdimensionen in Frage, was zur Folge hat, dass Urteile in Hinblick auf Qualität von einer entsprechenden Hierarchisierung der Grundlagen der Beurteilung abhängen können.

- Der nächste Aspekt der Qualitätsdebatte ist die Differenz zwischen Qualitätsstandards und die Anwendung derselben auf die Medienkommunikation. Aber auch wenn man die Standards übereinstimmen würde ist nicht gewährleistet, dass die Urteile hinsichtlich der Qualität gleich ausfallen, da die Beurteilung von unterschiedlichen Perspektiven bzw. Sichtweisen abhängig ist.

- Die letzte wichtige Dimension ist die dynamische Dimension der Qualitätsdebatte. Demnach umfasst die Qualitätsdiskussion auch institutionelle Strukturen der Qualitätssicherung (vgl. ebd., S.14).

Um der Thematik der Qualität im Journalismus näher kommen zu können, soll an dieser Stelle einleitend die "Theorie der kommunikativen Kompetenz" („Universalpragmatik") von HABERMAS angesprochen werden, die sich dazu eignet, um sich der Qualität im Journalismus nähern zu können. In der Theorie wird davon ausgegangen, dass jeder Sprecher, welcher durch seine kommunikative Handlung einen Verständigungsprozess erreichen möchte, gewisse universale Ansprüche erfüllen muss. Da sich diese auf den Journalismus und die kommunikativen Handlungen, welcher der Journalist ausführt um Verständigung zu erreichen, ummünzen lassen, soll HABERMAS' Theorie hier erläutert werden.
Ein Sprecher muss den Anspruch der „Verständlichkeit" erfüllen, d.h. er muss sich dem grammatikalischen Regelsystem seiner Sprache entsprechend ausdrücken, damit ihn sein Gegenüber verstehen kann. Des Weiteren muss der Anspruch der „Wahrheit" erfüllt werden, demnach muss er von etwas sprechen, welches auch sein Gegenüber als existent betrachtet. Der Anspruch der „Wahrhaftigkeit" meint, dass der Sprecher seine Intentionen transparent machen soll, um sein Gegenüber nicht zu täuschen. Schlussendlich muss noch der Anspruch der „Richtigkeit" erfüllt werden. Nach diesem muss der Sprecher eine Aussage tätigen, welche vor dem Hintergrund anerkannter Normen und Werte akzeptabel erscheint. Laut HABERMAS kann Verständigung bereits bei Anzweiflung eines der genannten Ansprüche nicht mehr zustande kommen (vgl. Burkart/Lang in: Burkart/Hömberg 2007, S. 42).

Aus den vorherigen Überlegungen geht hervor, dass weder in der Theorie, noch in der Praxis eine allgemein gültige Auffassung darüber existiert, was die zentralen Qualitätsmerkmale des Journalismus tatsächlich sind. Somit kann hier kein eindeutiger Qualitätsbegriff ausgemacht werden. Es kann lediglich die Vermutung gelten, dass das, was Qualität ist und wie diese sicherzustellen wäre, im „Auge des Betrachters" liegt und demnach einer subjektiven Betrachtungsweise unterliegt. Da diese Sichtweise jedoch als nicht zufrieden stellend erachtet wird, soll im nächsten Kapitel versucht werden, eine Annäherung zu schaffen.

4.3.2. Journalistische Qualität und ihre Kriterien

Laut NEUBERGER existieren zwei Wege um journalistische Qualität zu definieren: Erstens die substantielle Definition von Qualität, welche durch Qualitätskriterien für journalistische

Produkte definiert wird. Die zweite Möglichkeit betrifft die Bewertungen, welche für Qualität maßgeblich sind und die anschließende Erhebung der Urteile dieser Anspruchsgruppen. In Bezug darauf meint NEUBERGER einerseits jene, die von den Auswirkungen des Journalismus direkt betroffen sind (Publikum, Werbekunden, Informanten und Handlungsträger, etc.) und andererseits die Repräsentanten, die diese Auswirkungen beurteilen (Akteure aus Wissenschaft, Politik, Journalismus, Recht, etc.). Die Akteure der ersten Gruppe sind Menschen über die berichtet wird. Demnach urteilen sie quasi „in eigener Sache" bzw. autonom, je nachdem, ob die Berichterstattung der Medien ihre Erwartungen erfüllt oder nicht. Die Akteure der zweiten Gruppe geben stellvertretend ein Urteil ab, also repräsentativ, weil sie ihre Orientierung entweder am Publikum oder an einer öffentlichen Aufgabe festmachen. In Hinblick auf das Publikum scheint es wichtig zu erwähnen, dass Ergebnisse der Zuseherforschung zeigen, dass das Publikum eine deutliche Vorstellung davon hat, was es sehen möchte und was hingegen wieder nicht. Außerdem unterscheidet es klar zwischen dem was es gerne sieht und jenem, was für es subjektiv einen besonderen Wert hat (vgl. Neuberger in: Beck 2004, S.32ff).[18] Neben der möglichen Lösung, Anspruchsgruppen wie etwa das Publikum, Qualität definieren zu lassen, kann Qualität auch substantiell durch Kriterienkataloge definiert werden. Allerdings werden Kriterien kaum theoretisch diskutiert, was aus Begründungsschwächen und mangelnder Trennschärfe resultiert. NEUBERGER versucht durch Gegenüberstellung verschiedener Theoretiker eine Tabelle zusammenzustellen, die Kriterien nach Kommunikationsproblemen sortiert, für die sie Lösungen vorschlägt. Journalistische Qualität wird in diesen Katalogen meist mit den im Journalismus geltenden Berufsnormen gleichgesetzt, welche journalistisches Handeln und Arbeiten anleiten sollen. Allerdings soll hier angemerkt werden, dass, sobald Berufsnormen als Qualitätskriterien herangezogen werden, möglicherweise nicht mehr danach gefragt wird, welche Erwartungen das Publikum an den Journalismus stellt und ob das Befolgen der Berufsnormen die Erfüllung dieser Erwartungen begünstigt (vgl. ebd. S.36ff). Die nachfolgende Tabelle veranschaulicht, wie sich die unterschiedlichen journalistischen Qualitätskriterien im Laufe der Jahre entwickelt und verändert haben:

[18] Dazu muss angemerkt werden, dass Quoten keinen zuverlässigen Indikator für Publikumsvorlieben bzw. Publikumsgeschmack bieten.

Ruß-Mohl (1992)	Rager (1994)	Hagen (1995)	Pöttker (2000)
Relevanzproblem			
Aktualität (=zeitliche und „Problem"-Aktualität *Originalität*	*Aktualität* (= für die Gegenwart Bedeutsames) Relevanz	*Aktualität* (=zeitliche Distanz zum Ereignis) *Relevanz* *Vielfalt* *Ausgewogenheit* *Menge* *Sachlichkeit*	*Aktualität* (=Gegenwartsbezug der Information) *Vollständigkeit* (=Relevanz) *Verschiedenartigkeit* (= Universalität) *Unabhängigkeit* (= ‚professionelle' Interessen) *Unterhaltsamkeit*
Objektivität			
Objektivität *Transparenz/ Reflexivität*	*Richtigkeit* (= intersubjektive Nachprüfbarkeit, Vollständigkeit)	*Richtigkeit* *Transparenz*	*Richtigkeit* (=intersubjektive Nachprüfbarkeit) *Wahrhaftigkeit* (=Deklaration von ‚Wahrheits-beeinträchtigungen')
Interpretationsproblem			
Verständlichkeit	*Vermittlung* (= Publikumsbezug, Verständlichkeit, Genre, Gestaltung)	*Verständlichkeit*	*Verständlichkeit*

Tabelle 6: Journalistische Qualitätskriterien im Wandel. *Tabelle nach: Neuberger In: Beck 2004, S.38.*

Die in der Tabelle dargestellten Qualitätskriterien beziehen sich auf den Journalismus im Allgemeinen, wobei nachfolgend zusätzlich vier wichtige Problem- bzw. Normierungsbereiche speziell im Onlinejournalismus aufzuzeigen sind:

- *„die Sorgfaltspflicht,*
- *die Unabhängigkeit der journalistischen Berichterstattung,*
- *die Beziehung der Redaktion zu den Onlinenutzern, die im Internet durch die Interaktivität des Mediums an Bedeutung gewinnt,*
- *sowie die Transparenzregel" (vgl. Neuberger in: Beck 2004, S.46)*

Diese vier Kriterien stellen sich für den Online-Journalismus und somit auch eventuell auch für die Arbeit von Journalisten in ihren eigenen Weblogs, als relevant dar. Aus diesem Grund soll genauer auf sie eingegangen werden:

Die *Sorgfaltspflicht* der Journalisten meint im Internet einerseits die regelmäßige Aktualisierung, also die ständige Überarbeitung des Angebots. Andererseits ist damit auch die Archivierung und Veränderbarkeit von Informationen gemeint. Wenn Informationen in Onlinearchiven gespeichert werden sind diese zeitlich beständig, wobei dies in Hinblick auf Fehler ein wesentlicher Nachteil ist, da Fehler auf diese Weise leicht weitergeschleppt und verbreitet werden. Auch externe Links unterliegen einer besonderen Sorgfaltspflicht, da diese auf andere Quellen oder Zusatzinformationen verweisen. Letztlich ist auch die Recherche im Internet mit

großer Sorgfalt zu tätigen, da im Internet Falschmeldungen kursieren, was Anlass zu besonderer Vorsicht bieten muss. Bezug nehmend auf die *journalistische Unabhängigkeit* soll angemerkt werden, dass das Internet durch die Bündelung und Vernetzung von Websites technische und ökonomische Bedingungen schafft, welche das Abgrenzungsproblem des traditionellen Journalismus mit anderen Angeboten verschärfen. Durch die Verknüpfungen werden redaktionelle Webseiten oftmals mit Werbung oder Verkaufsofferten verknüpft, wobei sich daraus für den Journalismus und seine Unabhängigkeit ein großes Problem ableitet. Die *Beziehung zu Onlinenutzern* unterliegt durch den durch die Interaktivität gewachsenen Einfluss der Nutzer auch Möglichkeiten zur Manipulation. Daraus leitet sich oftmals ein Schaden für andere Nutzer oder Redaktionen ab. Demnach sind die Moderation öffentlicher Foren, die Beantwortung von Nutzermails und das Sammeln und die Weitergabe von Nutzerdaten an Werbekunden regelungsbedürftig. In Bezug auf die Transparenz soll festgestellt werden, dass die Qualität journalistischer Produktionen für das Publikum nur wenig transparent ist (vgl. ebd., S.46f).

> *„Identifizierbar ist Qualität auch dann, wenn eine Redaktion Transparenz schafft über die Abgrenzung des redaktionellen Teils gegenüber der Werbung, über die verantwortlichen Personen und Eigentümer sowie über die Herkunft und den Entstehungsprozess von Nachrichten, was ihre Arbeit nachvollziehbar und kritisierbar macht. Journalistische (Qualitäts-) Angebote müssen für Nutzer durch metakommunikative Markierungen bewertbar gemacht werden (…)"(ebd., S.32ff)*

Berufsnormen, wie sie zuvor thematisiert wurden, legen dar, wie Qualität aus der Perspektive des Journalismus selbst definiert wird. Aus der Nutzerperspektive lässt sich Qualität durch andere Kriterien erheben, wobei angemerkt werden soll, dass diese keineswegs mit den Berufsnormen übereinstimmen muss. Durch eine Befragung der „Online News Association" im Jahr 2001 zeigt sich allerdings wiederum doch eine relativ große Übereinstimmung zwischen Qualitätskriterien von Nutzern (n=1027) und Onlinejournalisten (n=1397). Diese wurden danach gefragt, welche Eigenschaft jene Nachrichten-Webseite beschreibt, welche sie am häufigsten nutzen. In Hinblick auf die Nutzer wurden folgende Ergebnisse sichtbar: Als häufigste Nutzungsgründe nannten die Befragten vordergründig die regelmäßige Aktualisierung mit 27%, die Genauigkeit der Informationen mit 24% sowie die Vertrautheit des Anbieters zu 16%. Die Ergebnisse der Journalisten fielen ähnlich aus. Diese gaben an, dass die fortlaufende Überarbeitung der Webseite (27%), die Bekanntheit des Anbieters (25%) und die Genauigkeit (14%) die wichtigsten Gründe für die Nutzung darstellen (vgl. ebd., S.51). Obwohl sich diese Aussagen auf Websites im Allgemeinen – nicht speziell auf Weblogs – beziehen, liefern diese Ergebnisse interessante Details über die Erwartungen von

Rezipienten in Hinblick auf Online-Berichterstattung, die für die Auseinandersetzung mit Qualitätskriterien aufschlussreich erscheinen.
Für Thorsten QUANDT ist Qualität selbst das Ergebnis diverser Strukturen und historischer Gegebenheiten im Journalismus. Demnach definiert er Qualität durch die Erwartungen, welche durch einen längeren Prozess entstehen und die den Bewertungen der Rezipienten unterliegen. Laut QUANDT sind Qualitätserwartungen und journalistische Strukturen rekursiv miteinander verwoben (vgl. Quandt in: Beck 2004, S. 69). Zusammenfassend könnte man sagen, dass Qualität dieser Ansicht nach für Redaktionen und deren Akteure zwar als Zielvorgabe erscheint, sie jedoch ein variables, gesellschaftliches Konstrukt ist, welches einem medialen und gesellschaftlichen Wandel unterliegt.

Da kein Konsens über die Qualität medialer Produkte besteht, kann man lediglich versuchen sich an Kriterien, welche Qualität definieren, anzulehnen. Da Qualität, wie zuvor erwähnt – jedoch einem Wandel unterliegt, darf nicht vergessen werden, dass sich die Qualitätsdebatte des Journalismus im Laufe der Zeit auch auf das Internet ausgeweitet hat:

> *„Diese zusätzliche Verrätselung des Qualitätsdiskurses stellt ein noch weitgehend unbearbeitetes ‚Neuland', dar. Auf diesem Neuland sind (…) bis jetzt noch keine ausgewachsenen Bäume von etablierten Forschungsparadigmen zu erkennen, sondern allenfalls zarte Pflänzchen erster Forschungsbemühungen" (Dahinden/Kaminski/Niederreuther in: Beck 2004, S. 103).*

WYSS definiert sieben zentrale Qualitätsdimensionen – nämlich Objektivität, Richtigkeit, Vielfalt, Transparenz, Relevanz, Aktualität und Vermittlung. Dem gegenüber steht der Ansatz von SCHATZ und SCHULZ, welche zwischen fünf Qualitätsdimensionen unterscheiden, die sie zwar für Fernsehprogramme definiert haben, aber auch auf das Internet übertragbar sind. Diese Kriterien setzten sich aus Vielfalt, journalistischer Professionalität und Rechtmäßigkeit, zusammen, welche eigentlich als Rechtsvorschriften institutionalisiert sind, sowie Relevanz und Akzeptanz, welche aus der medienwissenschaftlichen Diskussion stammen (vgl. Wyss (2002) und Schatz und Schulz (1992, S. 693ff.) zit. nach: Dahinden/Kaminski/Niederreuther in: Beck 2004, S. 109f).

DAHINDEN, KAMINSKI und NIEDERREUTHER haben ebenfalls einen Katalog von Qualitätskriterien entwickelt[19]. Diesen teilen die Autoren in vier unterschiedliche Dimensionen, sowie 15 dazugehörige Qualitätskriterien für Onlinezeitungen ein (vgl. Dahinden/ Kaminski/ Niederreuther In: Beck 2004, S.108ff). Da es in Hinblick auf Journalisten-Blogs möglicherweise Übereinstimungen geben könnte bzw. (zumindest) einige dieser Kriterien zur Analyse herangezogen werden können, sollen sie an dieser Stelle näher besprochen werden.

Qualitätskriterium	*Autoren*
Dimension: Inhaltsqualität	
1) Aktualität	Meier (1998), Rager (1994)
2) Objektivität/ Glaubwürdigkeit/ Vertrauen	Eppler et al. (2001), Schweiger (1998)
3) Multimedialität	Pfanmatter (1998)
4) Unterhaltung/ Spaß	Klaus (1996), Riefler (1998)
5) Angebotsvielfalt	Altmeppen (2000), Schatz & Schulz (1992)
6) Vollständigkeit	Neuberger (1999, 2000), Schmitz (2001)
7) Wenig Werbung	Rank (1999)
Dimension: Technische Qualität	
8) Zugang	Winter (1998)
9) Aktualisierung/Wartung	Eppler et al. (2001)
10) Sicherheit	Liikanen (2001), Rank (1999)
11) Verlässlichkeit	Pfanmatter (1998)
12) Ladezeiten/Übertragungsgeschwindigkeit	Heijink (2002)
Dimension: Darstellungsqualität	
13) grafisches Design/Aufbereitung/Strukturierung	Bucher & Barth (1998), Schmitz (2001)
Dimension: Interaktionsqualität	
14) Hyperlinks/Vernetzung	Nickl (1996), Rada (1999), Schweiger (2001)
15) Kontakt	Franzmann (2001), Höflich (1995)

Tabelle 7: Journalistische Qualitätskriterien und Dimensionen. *Eigene Abbildung nach: Dahinden/ Kaminski/ Niederreuther In: Beck 2004, S.111. Anm.: Die Abbildung der Autoren wurde nicht gänzlich übernommen, sondern nur zum Teil adaptiert.*

Zusammenfassend kann in Hinblick auf die Ergebnisse der Studie erläutert werden, dass nicht die internetspezifischen Qualitätskriterien in ihrer Priorität überwiegen, sondern vielmehr traditionelle journalistische Qualitätskriterien. *„'Content is King', diese Kurzformel aus der Frühphase des Internets, scheint auch für die weitere Zukunft Gültigkeit zu haben"* (Dahinden/Kaminski/Niederreuther in: Beck 2004, S.124).

[19] Diesen Kriterienkatalog haben Dahinden, Kaminski und Niederreuther zur Untersuchung von fünf deutschen Onlinezeitungen in Hinblick auf Übereinstimmungen oder Unterschiede aus Angebots- und Rezipienten-perspektive entwickelt.

Aus den vorangegangenen Überlegungen ergibt sich, dass die Sicherung journalistischer Qualität, durch Einhaltung von entsprechenden Standards erfolgen muss, um Kommunikationserfolg gewährleisten zu können. Dieses Kapitel leistet Vorüberlegungen in Hinblick auf journalistische Standards für das Kapitel 4.2.3. „Qualität in Weblogs". Dort sollen dann jene journalistischen Qualitätskriterien vorgestellt werden, die sich aus dem theoretischen Hintergrund – besonders für die empirische Studie - als bedeutsam herausgestellt haben.

4.3.3. Ethik im Journalismus

Ethik als eine moralische Komponente journalistischer Berichterstattung soll in diesem Kapitel besprochen werden, da ethische Berichterstattung Qualität im Journalismus bedingt. Weiters kann argumentiert werden, dass Qualität medialer Interaktion in ethischer Hinsicht an der Übereinstimmung mit Normen der journalistischen (und medialen) Ethik gemessen werden kann. Zuerst soll eine Klärung des Begriffes stattfinden, bevor sich im Anschluss den ethischen Prinzipien im Journalismus gewidmet werden soll.

Begriffsbestimmung

Etymologisch leitet sich der Begriff *Ethik* aus dem griechischen Wort *ethos* her, welches zwei Bedeutungen aufweist: Zum einen wird Ethos als „Gewohnheit", „Sitte" oder „Brauch", zum anderen als „Charakter" definiert. Aus philosophischer Sicht bezieht sich der Begriff auf Handlungen sowie Handlungsdispositionen, wobei es um soziale Normen und individuelle Handlungsmaxime geht, welche das menschliche Handeln und ihre Übereinstimmung mit universellen Prinzipien determinieren. Auf individueller Ebene entwirft Ethik allgemeine Handlungsprinzipien, die dem Menschen ihre Verbindlichkeit begründen und die mögliche Realisierung sittlicher Werte untersucht (vgl. Karmasin 2005, S. 11).

Ethische Prinzipien im Journalismus

Ethik im Journalismus wird als spezifische Berufsethik verstanden, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, Aussagen zu produzieren. Die Berufsethik des Journalisten befasst sich in erster Linie mit spezifischen Problemen der Berufsausübung. Die Ethik des Journalismus wird als *„Teilbereich der Medienethik"* (Debatin in: Beck 2004, S.80) aufgefasst, die wiederum ihre Normen auf das Berufsfeld des Journalisten überträgt. Zur Diskussion stehen dabei:

> *„die Debatte um die Informations- und Mediengesellschaft und ihre (inter-) kulturellen, sozialen, politischen (demokratischen), wirtschaftlichen, ökologischen und lebensweltlichen Implikationen. Materielle Dimensionen wie gelingende Verständigung, Integration, kommunikative Gerechtigkeit, Pluralismus, Trans-*

parenz, Mündigkeit, (…), das Spannungsfeld von Freiheit und Verantwortung in sozialethischer Hinsicht, Diskusivität (…), und in individualethischer Perspektive Verantwortung (…) und „Objektivität" und „Qualität" sind damit auch wesentliche Elemente der ethischen Reflexion der journalistischen Berufsmoral" (Karmasin 2005, S. 20).

Dan GILLMOR beschreibt, dass Journalismus ethische Prinzipien befolgen muss, unabhängig in welchem Kontext er ausgeübt wird:

„Using the tools of multidirectional journalism doesn't mean we have to cross ethical lines. (…) No matter which tools and technologies we embrace, we must maintain core principles, including fairness, accuracy, and thoroughness. These are not afterthoughts. They are essential if professional journalism expects to survive"(Gillmor 2004, S.134).

Ulrich SAXER, der lange Zeit die Diskussion über Qualität eher skeptisch verfolgt hat, betont dagegen:

„Wandelbar und vielschichtig wie das journalistische Selbst- und Fremdbild ist jedenfalls auch die Journalistenmoral; es gibt nicht die journalistische Ethik, sondern sehr viele und sehr unterschiedliche, so dass sich eben das Thema auch gegen den analytischen Zugriff, wie ihn der Wissenschaftler praktizieren muss, sperrt" (Saxer (1988) S.267 zit. nach Bucher 2003, S.80).

Um nun die ethischen Prinzipien im Journalismus konkretisieren zu können, sollen an dieser Stelle nur zwei unterschiedliche Versuche, ethische Kriterien für Journalisten zu schaffen, aufgezeigt werden. Ersterer befasst sich mit dem *Code of ethics*, welcher keine länderspezifischen Ausnahmen aufzeigt, sondern als allgemein und global zu verstehen ist. Zweiterer erklärt einen nationalen Standpunkt zu ethischen Prinzipien speziell für heimische Journalisten, welcher der *österreichischen Journalisten Gewerkschaft* zugrunde liegt.

In internationaler Hinsicht besteht ein *Code of ethics*, der von der Society of *Professional Journalists* publiziert wurde. Um einen Überblick zu schaffen soll hier die Präambel festgehalten werden:

"Members of the Society of Professional Journalists believe that public enlightenment is the forerunner of justice and the foundation of democracy. The duty of the journalist is to further those ends by seeking truth and providing a fair and comprehensive account of events and issues. Conscientious journalists from all media and specialties strive to serve the public with thoroughness and honesty. Professional integrity is the cornerstone of a journalist's credibility. Members of the Society share a dedication to ethical behavior and adopt this code to declare the Society's principles and standards of practice" (Society of Professional Journalists: Code of ethics)

Der Code besteht aus folgenden vier Grundprinzipien, welche die Einhaltung von Journalisten bei der Ausübung ihres Berufs erfordern:

- *„Seek Truth and Report It“*
- *„Minimize Harm“*
- *“Act Independently“*
- *„Be Accountable“ (Society of Professional Journalists: Code of ethics)*

Diesen Grundsätzen unterliegen internationale Journalisten, sie sind demnach nicht auf einzelne Länder beschränkt und bilden eine Grundlage für die länderspezifischen Ausprägungen in Hinblick auf ethische Grundsätze im Journalismus.

Mit dem Blick auf Österreich lässt sich feststellen, dass ein so genannter *Journalists' Code of Honor* der *österreichischen Journalistengewerkschaft* vorliegt. Dieser handelt in erster Linie von Basisprinzipien für all jene, die den Beruf des Journalisten ergriffen haben:[20]

> *„1. Journalism involves the responsibility for the publicity, for the medium in question and for the own consciousness. Therefore the most important duties of the journalist in his work as a information collection and editing are consciousness and correctness. The same goes also for the collection of news, photographs and other information material.*
>
> *2. The interference of outsiders in the contents of the form of the information is unacceptable. Not only direct interference and the pressure but also bribes and other personal gains not directly connected to the profession are regarded as such. Nor can the personal interests have influence on the work.*
>
> *3. When dealing with the private sphere, the public interest for information and the interest of the individuals and his/ her close ones must be balanced. Reports of the "false steps" of the juveniles must not hinder or make more difficult their resocialization. In such cases the names must be shortened.*
>
> *4. Freedom in the writing and commenting is an important part of the freedom of the press. The defamation of private persons, slander and blaze are, however, misuse of that freedom and a violation towards the journalistic ethos. This goes also for the "single" accusations or defamation towards persons or groups of persons. All discrimination on the basis of race, religion, national or other reasons is inadmissible. The conscious publication of misrepresentative and hurtful pictures is also not permissible.*

20 Um einer Verfälschung vorzubeugen, sollen an dieser Stelle alle Prinzipien in englischer Sprache aufgezeigt werden.

5. The journalists of newspapers who speculate with the fears of people in order to make money are regarded guilty to one of the biggest misuses of the freedom of the press" (Austrian Press Council Journalists' Code of Honor).

Ganz allgemein formuliert Viviane REDING, Mitglied der Europäischen Kommission für die Informationsgesellschaft und Medien, ihre Gedanken zu der Notwendigkeit der Erhaltung ethischer Grundsätze im Journalismus:

„Wir brauchen weiterhin Berufs-Journalisten, die die journalistische Ethik und die geltenden Prinzipien des klassischen Journalismus auch in Zukunft erhalten. Deshalb ist der klassischen Journalismus auch nach wie vor unersetzbar, denn auf ihn vertrauen die Bürger, wenn es um objektive Informationsbeschaffung geht"(Reding in: Turnheim 2007, S.10f).

Ethische Prinzipien sind im Journalismus äußerst wichtig, allerdings erscheinen diese auch in Journalisten-Blogs als besonders bedeutsam. Susan ROBINSON erklärt aus diesem Grund, dass die Tätigkeiten eines Journalisten am eigenen Weblog bzw. in der Blogosphäre auch die Standards des Journalismus im Generellen beeinflussen: *„Ethics is a frequent topic for j-bloggers, who are cognizant that what they are doing pushes the standards of journalism. Blogging by its very nature constitutes opinion, and journalists recognize that a new personal journalism seems to be popular"* (Robinson in: Journalism, 2006, S. 77). Bezug nehmend auf die Society of Professional Journalists (1996) erklärt Jane SINGER, inwiefern es Verschiebungen hinsichtlich professioneller Ethik-Codes im Journalismus gibt und dass sich diese von dem „problematischen" Begriff der Objektivität ablösen:

„Professional ethic codes have backed away from the problematic term ‚objectivity' but continue to emphasize the need to distinguish between advocacy and news reporting (…). In short, journalists maintain that the public benefits most from ‚trained observers' (themselves) who understand ‚virtues of restrained, of confirmation, of accuracy, balance and fairness' (…)" (Singer in: Journalism 2005, S. 178).

4.3.4. Qualität in Weblogs

In der Folge soll sich in erster Linie der Frage gewidmet werden, ob und inwiefern Weblogs journalistische Leistungen erbringen. Laut BUCHER und BÜFFEL hat Mark DEUZE schon sehr früh einen Vorschlag zur Einordnung von Blogs als eine Form des Online-Journalismus gemacht. Dazu nutzt er vier Parameterachsen, um vier Formen des Online-Journalismus zu unterscheiden.

„(…) Die horizontale Achse vermisst die Ausprägung von Distribution und Kommunikation zwischen den Endpunkten ‚Concentration: Editorial Content' und ‚Concentration: Public Connectivity'. Die vertikale Achse mit den Endpunkten ‚Moderated Participatory Communication' und ‚Unmoderated Participatory

> *Communication' soll den Selbstbestimmungsgrad der Online-Kommunikation erfassen" (Bucher/ Büffel in: Behmer 2005, S.92).*

Demnach ist DEUZE der Meinung, dass „Meta- und Commentsites" als Journalismus über Journalismus zu verstehen sind. Des Weiteren benennt DEUZE „Share- und Discussionsites" als „Genre of online journalism". Laut DEUZE sind alle vier zuvor erwähnten Typen zum professionellen Journalismus zu zählen. Nach BUCHER und BÜFFEL fügen BOWMAN und WILLIS eine weitere Bezeichnung hinzu, um diese neue Form des „Peer-to-Peer-Journalismus" zu beschreiben: den Begriff des „Participatory Journalism". BUCHER und BÜFFEL sind der Meinung, dass die hochgradige Vernetzung sowie die Selbstbestimmung in der Blogosphäre den hierarchischen Organisationsstrukturen und Kontrollmechanismen der traditionellen Medien gegenüber stehen.

> *„Der Selbstbestimmungsgrad der Blogosphere [sic!] bemisst sich dabei nach dem Grad der Partizipationsmöglichkeiten, wobei sich die Partizipation auf die aktive Rolle aller an den netzwerkorientierten Kommunikationsprozessen beteiligten Akteure bezieht, was eine Umkehr der klassischen publizistischen Kommunikationsstrukturen darstellt: Der Prozess des Sammelns, Berichtens, Analysierens und Distribuierens von Nachrichten und Informationen ist in der Blogosphere [sic!] dezentral geregelt" (ebd., S.93f).*

Die Qualitätskontrolle in Weblogs geht auch aus der folgenden Handlungsweise von Bloggern hervor: Weblog-Einträge können – über die inhaltliche Ebene hinausgehend - auch als Indikator für andere Medienangebote die ein Autor genutzt hat gesehen werden. Wenn also ein Autor die Berichterstattung zu einem Thema auf einer anderen Website aufgreift und auf diese verlinkt, macht er seinen Navigationspfad für seine Leser nachvollziehbar, da die Leser die Möglichkeit haben, diesem Pfad zu folgen und somit die ursprüngliche Information zu beziehen. Ein zweiter Indikator dieser Organisationsstruktur ist das „Blogrolling" wodurch sich die Vernetzung von Weblogs manifestiert, da es Verlinkungen zwischen Weblog-Autoren offen legt und somit ein interpersonales Netzwerk bezeichnet. An dieser Stelle soll hinzugefügt werden, dass das Ziel der traditionellen Medien in dem Erreichen einer möglichst hohen Aufmerksamkeit für das Medium und dessen Inhalte besteht. In der Blogosphäre wird dieses Phänomen der Aufmerksamkeit umgekehrt gehandhabt. Diese versucht die Aufmerksamkeit des Nutzers im Netz weitestgehend zu verteilen (vgl. Bucher/ Büffel in: Behmer 2005, S.99ff). Aus den zuvor dargestellten Überlegungen geht hervor, dass sich die dezentrale Qualitätskontrolle in der Blogosphäre von der zentralistischen Qualitätskontrolle der Massenmedien unterscheidet. Während die traditionellen Medien die Qualitätssicherung vorab steuern, findet diese in der Blogosphäre ex post statt.

Lorenz LORENZ-MEYER, Universitätsprofessor an der Universität Darmstadt, ist der Meinung, dass Bloggern journalistische Standards fremd seien und dass ausgewogene Berichterstattung keineswegs ihr Ziel sei. Demnach folgert er: *„Weblogs können für den professionellen Journalismus zwar einer interessante Ergänzung sein, ihn aber keinesfalls ersetzen“* (Büffel in: Journalist 8/2006, S. 48).

In Hinblick auf die Qualitätssicherung und journalistische Standards in Weblogs können mehrere Untersuchungen zur Beantwortung herangezogen werden:
In den Jahren 2005 und 2006 stellte sich durch eine repräsentative Befragung von LENHART/FOX in den USA heraus, dass viele Blogger meinen, sich an journalistische Standards zu halten. Folgende Ergebnisse liegen vor: Rund ein Drittel der Befragten gab an, häufig Fakten zu überprüfen und durch Links auf die Originalquellen zu verweisen. 11% der Befragten gaben an, das nachträgliche Korrigieren von Fehlern sei keine Seltenheit (vgl. Neuberger/ Nuernbergk/ Rischke in: Media Perspektiven 2/2007, S.106).

In einer Untersuchung deutschsprachiger Blogger von ARMBORST (2005) konnte festgestellt werden, dass Blogger über eine hohe Akzeptanz journalistischer Normen verfügen. Möglicherweise geht dieses Ergebnis darauf zurück, dass ein Teil der Befragten selbst über journalistische Erfahrung verfügt und deshalb mit den Standards des Berufs vertraut ist (vgl. Armborst, 2006, S.141ff).

Dr. Gerhard RETTENEGGER, Chefredakteur des ORF Salzburg, selbst bloggender Journalist, ist in Hinblick auf Qualitätskriterien in Blogs folgender Meinung:

> *„(…) Wenn ich zum Beispiel einen Medienblog konsumiere, um neue Informationen und Meinungen zu einem Thema zu erfahren, dann machen klassische journalistische Kriterien die Qualität: Recherche, Analyse, Aufbereitung, aber auch Links zu Originalquellen, zu Zitaten und weiterführenden Informationen. Wenn ich - was ich nicht so häufig mache - einen auf "subjektive Emotions- oder Unterhaltungsäußerungen" ausgerichteten Blog (eigentlich die Urform des Blogs als öffentliches Tagebuch) lese, dann liegt die Qualität wohl darin, wie ich mich vom Geschriebenen anspreche lasse“ (Rettenegger per E-Mail an die Autorin, 10.6.2008)*

Aus den vorausgegangenen Überlegungen, Informationen aus Kapitel 4.2.2. „Journalistische Qualität und ihre Kriterien“ und der Tatsache, dass Qualität in Hinblick auf den Journalismus sowie auf Weblogs eine relevante Rolle spielt, sollen an dieser Stelle jene Qualitätskriterien vorgestellt werden, die sich aus dem theoretischen Hintergrund als bedeutsam herausstellen:

- *Aktualität* (Wartung)
- *Unabhängigkeit*
- *Sorgfalt*
- *Wahrhaftigkeit*
- *Menschenwürde, Persönlichkeitsrechte und Informantenschutz*
- *Sicherheit*
- *Objektivität* (Trennung von Fakten und Meinungen*), Glaubwürdigkeit*
- *Richtigkeit* (Handwerklich saubere Recherche/ Kontrolle und Korrektur der Artikel bzw. Einträge)
- *Transparenz* (Nennung der Quellen)
- *Interaktivität* (Kontakt, Vernetzung)
- *Unterhaltsamkeit*
- *Verlässlichkeit*

Diese Qualitätskriterien stellen sich in Hinblick auf Qualität im Journalismus sowie in Weblogs als übergreifend und somit als relevant dar. Hierbei wurde abgewogen, welche Kriterien tatsächlich auf beide Themenbereiche übertragen werden können. Auf die folgenden Qualitätskriterien wurde in der empirischen Studie verzichtet – obwohl diese in der vorliegenden Arbeit besprochen wurden.

- *Vielfalt:* Vielfalt erscheint zwar in Hinblick auf traditionellen Journalismus von Bedeutung, nicht jedoch für Weblogs, da diese meist bestimmte Themenbereiche thematisieren.
- *Relevanz:* In traditionellen Medien wird meist nach dem Kriterium der Relevanz entschieden, in Weblogs jedoch kann über die Relevanz eines Themas ein einzelner Journalist entscheiden, wobei hier persönliche Präferenzen im Vordergrund stehen. Deshalb kann dieses Kriterium für Weblogs ausgeschlossen werden.
- *Vollständigkeit:* Über diese hat der Journalist freies Entscheidungsrecht. In traditionellen Medien wird versucht, diesem Kriterium gerecht zu werden. In Weblogs können auch einzelne Gedanken zu einem Thema festgehalten werden. Somit entfällt hier der Anspruch auf Vollständigkeit.
- *Vertrauen:* In Hinblick auf Weblogs kann man meist nicht von Vertrauen in Medienmarken sprechen, hier geht es um Vertrauen zu einzelnen Personen. Vertrauen ist zwar auch in der Blogosphäre von Bedeutung, jedoch keineswegs als Kriterium für Qualität zu definieren.

- *Verständlichkeit:* Verständliche Berichterstattung wird traditionellen Medien aufgrund einer breiten Leserschaft abverlangt. In Weblogs jedoch ist eine Vielfalt an sprachlicher Bandbreite denkbar und wünschendwert, woraufhin dieses Kriterium in der Blogosphäre nicht als solches gelten kann.
- *Multimedialität:* Dieses Kriterium sollte in Hinblick auf die Beschaffenheit eines Blogs schon im Vorfeld gegeben sein, weshalb es nicht mehr herangezogen werden muss.
- *Wenig Werbung:* Da man – je nach Veröffentlichungsart eines Weblogs – über die Intensität auftretender Werbeeinschaltungen frei entscheiden kann, kann dieses Kriterium hier nicht geltend gemacht werden.
- *Grafisches Design/ Zugang/ Ladezeiten:* Da diese keine klassischen journalistischen Qualitätskriterien sind, sollen sie nicht zu diesen gezählt werden.

4.3.5. Weblog-Ethik

Das Potenzial von Weblogs Netzwerke zu generieren und aufrecht zu erhalten, ist vermutlich einer der Gründe, weshalb traditionelle Medien dem Weblog-Phänomen immer mehr Aufmerksamkeit schenken und sich damit auseinander setzen. Rebecca BLOOD vergleicht dabei ethische Prinzipien von traditionellen Medien und Weblog-Autoren:

> *„Webloggers may not think in terms of control and influence, but commercial media do. Mass media seeks, above all, to gain a wide audience. Advertising revenues, the lifehood of any professional publication or broadcast, depend on the size of that publication's audience. (…) Journalists – the people who actually report the news – are acutely aware of the potential for abuse that is inherent in their system, which relies on support from businesses and power brokers, each with an agenda to promote. Their ethical standards are designed to delineate the journalist's responsibilities and provide a clear code of conduct that will ensure the integrity of the news" (Blood 2002, S. 114f).*

Laut BLOOD haben Weblogs von nicht professionellen Journalisten keinen solchen Code, dieser wäre jedoch nötig um ethische Standards bzw. Prinzipien fest zu legen, nach welchen Weblog-Autoren vorgehen könnten. Demnach folgert BLOOD: *„The weblog's greatest strength – its uncensored, unmediated, uncontrolled voice – is also its greatest weakness"* (ebd., S. 115). Da Medienunternehmen im Unterschied zu Weblogs ihre Mitarbeiter für die Arbeit entlohnen und das Publikum zufrieden zu stellen haben, haben sie auch großes Interesse daran, bestimmte Standards zu verfolgen, die auf längere Sicht der Reputation des Medienunternehmens zu Gute kommen. Weblogs hingegen haben durch ihre niedrigen Kosten und nur geringe Hoffnung auf finanziellen Gewinn, keine Anreize, die mit jenen der

Medienunternehmen zu vergleichen wären (vgl. ebd., S. 115f). An dieser Stelle soll ein weiterer Vergleich in Hinblick auf ethische Prinzipien zwischen Journalisten und Weblogs von BLOOD angeführt werden:

> *„Journalistic codes of ethics seek to ensure fairness and accuracy in news reporting. By comparison, each of these suggestions attempts to bring transparency – one of the weblog's distinguishing characteristics and greatest strengths – into every aspect of the practice of weblogging. It is unrealistic to expect every weblogger to present an even-handed picture of the world, but it is very reasonable to expect them to be forthcoming about their sources, biases, and behaviour" (ebd., S. 116).*

In diesem Sinne meint BLOOD auch, dass besonders jene Blogger, die darauf beharren als Journalisten beachtet bzw. geschätzt zu werden, spezielle Interessen verfolgen werden, diesen Prinzipien anzuhaften. Medienunternehmen werden eines Tages bereit sein Weblogs als seriöse Quellen zu verstehen. Sie werden dies jedoch nur tun, wenn Weblogs in ihrer Gesamtheit die Integrität bzw. Echtheit in ihrer Informationen und ihre Verbreitung und Konsequenz in ihrer Onlineverwaltung bewiesen haben. Ein Blogger, der sich die selben Privilegien und Schutzvorkehrungen erwartet, die professionellen Journalisten zugestanden werden, wird überdies in Hinblick auf die Einhaltung dieser Prinzipien noch mehr leisten müssen. Rechte werden in der Regel auch mit Verantwortung gleichgesetzt, schließlich ist es eine individuelle Professionalität des Einzelnen und akkurate Einhaltung anerkannter ethischer Standards, die den Status derjenigen Person in der Gesellschaft determinieren (vgl. ebd., S. 116f).

In der Blogosphäre haben bisher nur wenige Diskussionen über ethische Standards stattgefunden. BLOOD schlägt sechs grundlegende Regeln vor, die eine Basis ethischen Verhaltens darlegen. Hier ist allerdings anzumerken, dass sich BLOOD an den von Dave WINER auf seinem Weblog *Scripting News* geführten Diskussionen anlehnt, welche im Februar des Jahres 2002 entstanden sind. BLOODS Grundsätze ethischen Verhaltens bilden somit eine Erweiterung von WINERS beiden Regeltypen. Bevor jedoch auf BLOOD Ausführungen näher eingegangen werden soll, werden hier in aller Kürze WINERS Überlegungen dargestellt, die in Form eines Eintrages auf seinem Blog nachzulesen sind:

> *„A while ago I wrote down two rules about integrity in public writing. It doesn't matter whether you're a pro or amateur. I think these two rules are necessary and sufficient. 1. Disclose all pertinent information about your interests. 2. Never state as fact something you know not to be true. There's a lot of casual use of the term integrity, but to me, this is what it's about. I'm comfortable that my readers know that I'm a software developer and CEO of a company. That I write publicly is my small contribution to what I see as a revolution in business. And if you ever catch*

me saying something that you believe is untrue, it's only an integrity issue if, when I said it, I knew that it was not true. From time to time I have to restate these rules to help everyone get back on track. The sites I link to in my blogrolling list (…) have integrity. I think I know who's writing, and believe they would never knowingly mislead. But they're human, they make mistakes, they have lives (…) and most important, they have integrity" (Winer, Dave: Scripting News, Weblog).

In der Folge soll auf Rebecca BLOODS Vorschlag für Grundsätze für ethisches Verhalten in der Blogosphäre eingegangen werden, wobei anzumerken ist, dass die beiden Ansätze WINERS in ihre Überlegungen eingeflossen sind:

1. *"Publish as fact only what you believe is true" (Blood 2002, S. 117).*

Der erste Grundsatz besagt, dass ein Blogger lediglich jene Informationen veröffentlichen sollte, von denen er weiß – oder zumindest glaubt – dass sie der Wahrheit entsprechen. Sollten Inhalte bloße Spekulation sein, muss dies am Weblog vermerkt werden.

2. *"If material exists online, link to it when you reference it" (ebd., S. 117).*

Sollte Material aus Online-Quellen verwendet werden, muss die Herkunft der Quelle offen gelegt werden. Demnach muss von dem Autor bei Bestehen einer Online-Quelle auf dem eigenen Weblog direkt auf diese durch einen Link verwiesen werden.

„Online readers deserve, as much as possible, access to all of the facts – the Web, used this way, empowers readers to become active, not passive, consumers of information. Further, linking to source material is the very means by which we are creating a vast, new, collective network of information and knowledge" (ebd., S. 117).

3. *"Publicly correct any misinformation" (ebd., S. 117).*

Der dritte Grundsatz besagt, dass ein Weblog-Autor nach Feststellung einer Falschmeldung bzw. dem Verlinken auf eine Nachricht, die diesem im Nachhinein als unwahr vorkommt, im eigenen Weblog auf diese verweisen muss (vgl. ebd., S. 117f).

4. *"Write each entry as if it could not be changed; add to, but do not rewrite or delete, any entry" (ebd., S. 118).*

Wenn ein Autor jeden seiner Einträge wohlüberlegt vorbereitet und anschließend veröffentlicht, kann dieser persönliche und professionelle Integrität garantieren. Durch Löschen oder Änderungen eines Eintrags, wird die Seriosität des Netzwerkes zerstört.

„The Web is designed to be connected; indeed, the weblog permalink is an invitation for others to link. Anyone who comments on or cites a document on the Web relies on that document (or entry) to remain unchanged. A prominent addendum is the preferred way to correct any information anywhere on the Web. If an addendum is impractical, as in the case of an essay that contains numerous

inaccuracies, changes must be noted with the date and a brief description of the nature of the change" (ebd., S. 118).

5. *"Disclose any conflict of interest" (ebd., S. 120).*

Viele Blogger geben am Weblog Informationen zu ihrer Person an, wie beispielsweise soziodemographische Daten, ihren Beruf oder diverse Interessen. Da Weblog-Communities insbesondere auf Vertrauen basieren, ist es für jeden Blogger ratsam, etwaige potenziell zu Konflikten führende Interessen zu offenbaren, sofern dies als angemessen bzw. als notwendig erscheint (vgl. ebd., S. 120).

6. *"Note questionable and biased sources" (ebd., S. 120).*

Sollte ein seriöser Artikel eines Autoren von einer hoch parteiischen oder fragwürdigen Quelle stammen, so trägt der Blogger selbst die Verantwortung darauf zu verweisen, von welcher Webseite er seine Informationen entnommen hat und welche Art von Inhalten auf dieser zu finden sind (vgl. ebd., S. 120).

Die von BLOOD entwickelten Grundsätze gelten – wie BUCHER und BÜFFEL beschreiben – für Weblogs und den Journalismus gleichermaßen. Aus diesem Grund sind sie der Meinung, Weblogs und den traditionellen Journalismus in Hinblick auf diese Kriterien vergleichen zu können (vgl. Bucher/Büffel In: Picot 2006, S.95).

Durch das rasche Wachstum der Blogosphäre entsanden Diskussionen um einen möglichen *„Blogger's Code of Ethics" (auch: „WeblogEtiquette"),* welcher als deutliches Anzeichen für eine Institutionalisierung der Blogosphäre gesehen werden kann. Die Vorschläge für einen so genannten Ethik-Kodex orientieren sich in den meisten Fällen vorwiegend an der öffentlichen Funktion, welche Weblogs auszuüben vermögen. Die Entwicklung eines Ethik-Kodex beschreibt BLOOD folgendermaßen:

„Though the weblog community is widely dispersed, conventions have involved that are shared by almost all of its members. In general, etiquette in the Weblog world is based on the same principles as it is in the physical world: Common sense and courtesy rule the day" (Blood 2002, S. 102).

Hinsichtlich der Weblog-Etikette generell beschreibt BLOOD vier wichtige Grundprinzipien, die ihrer Meinung nach geachtet und einhalten werden sollten: Die *Kundgebung von Links*, die *Ankündigung von Ereignissen*, die *faire Warnung anderer Blogger* und die *Beantwortung von E-Mails*.

Laut BLOOD ist bei Links, die in anderen Weblogs gefunden und verwendet wurden, die Bekanntgabe dieser am eigenen Weblog, der langjährigste Ansatz der Weblog-Etikette. Der zweite Ansatz dieser ist die Ankündigung von Ereignissen, die den jeweiligen Blogger in Zukunft beschäftigen werden. Am häufigsten werden Ankündigungen genutzt um bekannt zu geben, dass ein Weblog-Autor in absehbarer Zeit sein Blog nicht aktualisieren wird, da bestimmte Gegebenheiten ihn davon abhalten. Bei Bekanntgabe dieser Ereignisse ist es von Vorteil, dass die Leserschaft über die Gründe einer nicht stattfindenden Aktualisierung unterrichtet ist, so dass diese sich nicht plötzlich vom Weblog abwendet. Der dritte Ansatz besagt, die Leser vor Inhalten zu warnen, wenn man auf ein Dokument verlinkt, welches keine HTML-Datei ist, da die Dateigröße variieren kann. Der letzte Ansatz handelt von Bloggern und der Beantwortung ihrer E-Mails. Selbstverständlich ist es immer davon abhängig, aus welchen Gründen ein Weblog-Autor ein Weblog führt, aus privaten oder beruflichen Gründen und inwiefern er demnach der Beantwortung von E-Mails verpflichtet ist. Dennoch sollten Blogger grundsätzlich versuchen, ihre E-Mails zu beantworten, da die Interaktion auch außerhalb des Blogs von Bedeutung ist, um Leser zu rekrutieren und halten zu können (vgl. ebd., S. 101ff).

4.3.6. Glaubwürdigkeit in Blogs und im Journalismus

Die Diskussion über Weblogs und ihre Glaubwürdigkeit wird von vielen Autoren seit längerer Zeit geführt. Die Meinungen gehen in diesem Bereich vollends auseinander. Viele Weblog-Autoren plädieren in Hinblick auf dieses Medium auf Glaubwürdigkeit und Vertrauen, da es ihrer Meinung nach Informationen aus erster Hand bietet, die Weblog-Community sich gegenseitig kontrolliert und bei Falschinformationen für den einzelnen Weblog-Autor bestimmte Sanktionen folgen können, wie auch aus dem Grund, dass viele der Blog-Inhalte ihre Ursprünge in den klassischen Medien finden. Andere wiederum sehen dieses Phänomen als rein subjektiv, was sie zu den Überlegungen führt, dass Weblogs durch die kaum gegebene Objektivität der Inhalte nur wenig bis keine Glaubwürdigkeit verdienen. *„A primary critisism of the blogosphere (from traditional media and defenders of it) it that the information within it lacks credibility"* (Tremayne 2007, S. 264).

Blog-Leser sind von dieser Meinung nicht überzeugt. Das zeigt auch eine Studie von JOHNSON und KAYE im Jahre 2003, die die Glaubwürdigkeit von Weblogs in den USA utersuchten. Beinahe drei Viertel (74%) der Befragten waren der Meinung, dass Weblogs zumindest mittlere bis hohe Glaubwürdigkeit besitzen. Dabei bekamen Weblogs den höchsten Wert im Vergleich zu anderen Medien, Tageszeitungen (47%), Nachrichtenmagazinen (44%),

Onlinezeitungen (43%), Kabelfernsehnachrichten (35%), und Broadcast-TV-Nachrichten (15%), zugeschrieben. Allerdings ist anzumerken, dass bei dieser Studie lediglich Weblog-Nutzer sowie Nutzer von Foren, welche Weblogs zum Thema hatten, befragt wurden (vgl. Neuberger/Nuernbergk/Rischke in: Media Perspektiven 2/2007, S.107).
Eine Studie von JOHNSON und KAYE ein Jahr später (2004) kommt zu demselben Ergebnis. 74% der Blog Leser erwägen die Information in Weblogs als zumindest angemessen bis hin zu sehr glaubwürdig. Interessanterweise erklärten viele der Befragten jedoch, dass sie Blogs nicht als fair betrachten (vgl. Tremayne, 2007, S. 264). Die Autoren erklärten die offensichtliche Widersprüchlichkeit dieser Aussagen folgendermaßen: *„Some blog users see a virtue in up-front bias. They know the information is one-sided, but they agree with that side and appreciate the frankness of the writer"* (ebd., S. 264).
Laut NEUBERGER sind an diesen Ergebnissen jedoch methodische Zweifel wahrzunehmen, *„da die Auswahl der Befragten nicht-repräsentativ und zugunsten von Weblognutzern verzerrt war"* (Neuberger/Nuernbergk/Rischke in: Media Perspektiven 2/2007, S.107).

Andererseits existieren auch repräsentative Studien unter Internetnutzern, die belegen, dass dem traditionellen Journalismus eine höhere Glaubwürdigkeit gegenüber Weblogs zugesprochen wird. Im Rahmen einer international angelegten Studie von Internet- Vielnutzern *„The New ‚Digital Divide'"* von Universal McCann (2006) wurden die Befragten gebeten die Glaubwürdigkeit von 23 Quellen einzuschätzen, bei welchen die Informationsbeschaffung über Marken und Produkte im Vordergrund stand. Die Ergebnisse zeigten, dass Weblogs hier mit 7% nur den viertletzten Platz erreichten. Sie lagen damit weit hinter journalistischen Quellen wie Nachrichtenwebsites (16%) und Zeitungen (14%). Eine andere repräsentative Studie von Ipsos MORI (2006) verdeutlicht beispielsweise, dass im Fall von Kaufempfehlungen die Glaubwürdigkeit in Zeitungen mit 34% deutlich besser abschneidet als jene von Weblogs mit 23% (vgl. ebd., S.107). Auch in einer Studie der Columbia University, in der etwa 1200 Journalisten befragt wurden, zeigte, dass traditionelle Medien höhere Glaubwürdigkeit erlangen. Hier wurden allerdings Journalisten selbst befragt: Nur 1% der Befragten hatte ernsthaftes Vertrauen in Weblogs, wobei 51% der Befragten selbst einen Blog führten (vgl. Welker in: Message 1/2006, S.90).

Rebecca BLOOD hat sich mit dem Phänomen bereits intensiv auseinander gesetzt. Laut ihr erfolgt das Erlangen von Glaubwürdigkeit für einzelne Blogger durch die Weblog-Community und die Leserschaft genau gleich wie in allen anderen Bereichen, nämlich durch Ge-

wissenhaftigkeit und harte Arbeit. Zudem ist es für das Gewinnen von Lesern grundlegend, diese mit interessanten und abwechslungsreichen Inhalten zu versorgen. Dabei ist das jeweilige Thema, welches am Blog behandelt wird nicht ausschlaggebend, sondern lediglich die Kreation von Inhalten, die sich von jenen anderer Blogs zu derselben Thematik abgrenzen (vgl. Blood 2002, S. 122f).

PICOT und FISCHER machen an der hohen Aktualität und den schnellen Möglichkeiten des Updates fest, dass Weblogs durch diese Komponenten gegenüber klassischen Medien wie Print, Hörfunk oder Fernsehen, einen deutlichen Vorteil aufweisen. Demnach vertreten sie die Annahme, dass die subjektiven und somit authentischen Einträge und Kommentare der Blogger in ihren Weblogs ausschlaggebend für eine hohe Glaubwürdigkeit sind, welche manche klassischen Medien bereits verloren haben (vgl. Picot/ Fischer in: Picot 2006. S. 9).

Don ALPHONSO deutet auf Fehlleistungen des klassischen Journalismus in Hinblick auf das Internet und seine Technologie. Demnach behauptet er, dass in Blogs *„Nachrichten nicht einfach übernommen, sondern mit anderen Quellen zum gleichen Thema verglichen“* (Alphonso 2004, S. 32) werden und es seien *„oft Spezialisten, die im Blog die anderen Quellen vorstellen, erklären und aufzeigen, warum die Quellen der Journalisten problematisch sind“* (ebd., S.32). Dadurch wird laut ALPHONSO *„die Glaubwürdigkeit der professionellen Medien (…) effektiv erschüttert“* (ebd., S.32). Auf diese Aussagen nimmt NEUBERGER Stellung, indem er meint, dass für die Aussagen ALPHONSOS Belege fehlen und dass es auch nicht zu verifizieren ist, dass Weblogs insgesamt leistungsfähiger wären (vgl. Neuberger in: Diemand 2007, S.117). Er äußert außerdem folgende Kritik:

> *„Don Alphonsos Auffassung, dass Weblogs weniger fehleranfällig sind, wird von anderen Bloggern nicht geteilt (…). Nur 7% sahen in einer Befragung deutschsprachiger Blogger in der ‚Richtigkeit der Informationen' eine Stärke der Weblogs, 39% betrachteten dies als Stärke des traditionellen Journalismus“ (ebd., S.117).*

Ein besonders prominentes Beispiel hinsichtlich der Glaubwürdigkeitsdiskussion in Weblogs geht aus der Zeit des Irakkriegs hervor: Das Blog von Salam PAX in Bagdad unter dem Titel *„Dear Raed“:* Zu Beginn des Krieges tauchten immer wieder Mutmaßungen auf, dass das Weblog möglicherweise eine Fälschung und Salam PAX unter Umständen ein CIA-Agent oder ein Agent des Mossad sei. Diese Zweifel wurden in der Blogosphäre heftig diskutiert (vgl. Bucher/ Büffel in: Picot 2006, S.144).

> *„Datentechnische Recherchen eines versierten Bloggers, der die Übertragungswege des Weblogs aus Bagdad mit Hilfe der IP-Adresse im Kopf einer Mail aus Bagdad rekonstruierte, wurden dabei ebenso berücksichtigt wie die persönlichen Erfahrungen einer Israelin, die seit sechs Monaten mit Salam Pax in Mailkontakt stand" (ebd., S.144f).*

Allerdings ist es kaum möglich eine Person zu identifizieren, wenn die Informationen über diese aus rein virtueller Kommunikation hervorgeht. Salam PAX reagierte auf die Diskussionen wie folgt: *„Please stop sending e-mails asking if I were not for real, don't believe it? Then don't read it"* (ebd., S.145). Die Diskussionen nahmen allerdings kein Ende bis ein Korrespondent des „Guardian" den 29-jährigen Architekturstudenten aufsuchte und ihn somit für real erklären konnte (vgl. ebd., S.145).

Zum Abschluss soll in Hinblick auf Vergleich der Glaubwürdigkeit zwischen traditionellen Medien und Weblogs ein Zitat von Dan GILLMOR herangezogen werden:

> *„The flood of unreliable information on the Net could have the ironic effect of reinforcing the influence of Big Media, at least in the short term. This assumes, of course, that users of online journalism trust Big Media in the first place. Many do not. Unlike many Americans, and in spite of some media scandals, I have substantial faith that major newspapers try hard to be accurate and fair" (Gillmor 2004, S.188).*

4.4. Weblogs als Werkzeug für Journalisten

Im Folgenden soll darauf eingegangen werden, welche Funktionen Weblogs für den klassischen Journalismus haben können und in welchem Umfang Blogs bereits Quelle und Mittel journalistischer Arbeit geworden sind. Außerdem ist es wichtig zu erschließen, inwiefern Journalisten von Weblogs profitieren können und ob die Führung eines Blogs in irgendeiner Art und Weise für ihre hauptberufliche Tätigkeit von Nutzen ist.

Durch die Studie „Zukunft des Journalismus" des *Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Abteilung Journalistik an der Universität Leipzig*[21] im Jahre 2005 konnte eine Unterscheidung zwischen aktiver und passiver Nutzung[22] von Weblogs seitens der deutschen Medienschaffenden (Journalisten, PR-Fachleute und Werbe-Fachleute) getroffen werden. Die aktive Nutzung bzw. das Publizieren von Inhalten praktizierten 3,2% aller Befragten

21 Die Studie ist nachzulesen unter: http://uni-leipzig.de/

22 Die passive Nutzung von Blogs besteht aus dem bloßen Lesen von Weblogs, wobei die aktive Nutzung aus der Veröffentlichung von Inhalten besteht.

(n=5311). Die vorwiegende Nutzungsweise der Befragten war eindeutig die Recherche mit 60%iger Zustimmung. 7,3% der Befragten gaben an, Weblogs als Mittel zur Meinungsbildung zu nutzen, wobei die Themensuche in Blogs für 6,5% der Befragten eine Rolle spielte. Demnach scheint das aktive Publizieren unter Medienschaffenden in Deutschland bislang noch eine Hürde darzustellen (vgl. Welker in: Picot 2006, S.162f), wie die nachfolgende Abbildung veranschaulicht:

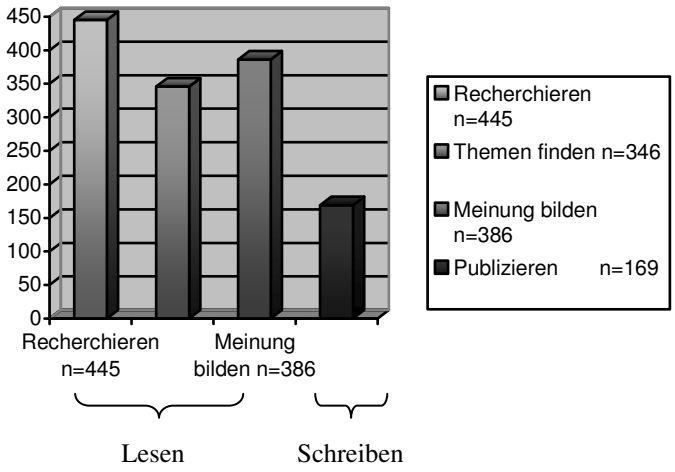

Abbildung 2: Unterscheidung zwischen aktiver und passiver Nutzung von Weblogs seitens deutscher Medienschaffender. *Eigene Abbildung nach: Welker, Martin in: Picot 2006, S.163.*

Wie bereits erwähnt, konnte durch die Studie ermittelt werden, wie deutsche Journalisten Weblogs nutzen und welche Vorteile sie aus der Nutzung dieses Publikationsformates ziehen. Nach Angaben der Befragten können Blogs, sofern sie auf die richtige Weise eingesetzt werden, von hohem Nutzen und ein wichtiges Werkzeug für Journalisten sein (vgl. Welker in: Picot 2006, S.165ff). RETTENEGGER meint dazu folgendes:

> *„(…) Das Geschriebene (Anm.: in Journalisten-Weblogs) entspricht zwar technisch (was die verwendete Software betrifft) einem Blog, oft fehlen aber Verlinkungen in die Blogosphere [sic!] völlig. Entsprechend mangelt es in diesen Blogs oft an Userbeteiligung. Und häufig ließen sich Blogtexte von Journalisten als Glossen eins zu eins in Zeitungen abdrucken. Sehr vereinfachend gesprochen scheint mir, dass viele Journalisten Blogs verwenden wollen (oder müssen?), weil es eben in ist, Web 2.0 zu nutzen. Inhaltlich bleiben journalistische Texte in Blogs aber Web 1.0, weil viele Journalisten im Blog ihre Rolle als "lecturer" beibehalten und nicht zum "conversationist" werden, der die Interaktion mit dem User sucht“ (Rettenegger per E-Mail an die Autorin).*

Die Tatsache, dass Weblogs als Werkzeug für Journalisten fungieren können, wurde auch in einer nicht repräsentativen Studie im Auftrag von *Euro RSCG Magnet* (2005) herausgefunden. Hier gaben etwa die Hälfte (51%) der Befragten an, Weblogs regelmäßig zu nutzen. Von jenen Journalisten, die Weblogs regelmäßig nutzten, gaben 70% an, diese für

berufliche Zwecke zu nutzen. Zu den wichtigsten Gründen der Weblognutzung zählten die Suche nach Themenideen (53%), die Bestätigung von Fakten (43%), die Suche nach Quellen (36%) und das Entdecken von „breaking news“ bzw. Skandalen (33%) (vgl. Neuberger/Nuernbergk/Rischke in: Media Perspektiven 2/2007, S.109).

Bezug nehmend auf WELKERS Ausführungen, sollen insbesondere zwei Ausprägungen näher erörtert werden - Weblogs als Werkzeug zur Veröffentlichung von Inhalten und für die Recherche – bevor letztlich ein Überblick auf mögliche Nutzungszwecke von Weblogs gegeben wird.

Weblogs als Publikationstool

In erster Linie scheinen Weblogs für Journalisten für die Publikation von Inhalten bedeutsam zu sein. Des Weiteren sind sie offensichtlich als „Experimentierkästen“ für Journalisten zu verstehen, da diese in diesem Format, sprachliche und inhaltliche Experimente vornehmen können. In einer Studie der *Leipziger Universität am Institut für Publizistik- und Medienwissenschaft* haben deutsche Journalisten auf die Frage, welche Ziele sie beim Bloggen verfolgen, in verschiedenen Ausprägungen geantwortet. Als besonders relevant wurde dabei eingestuft, dass Journalisten die Intention verfolgen medienrelevante Berichte ihren Kollegen zugänglich zu machen, die eigene Kompetenz in diesem Bereich zu steigern und aus Spaß an dieser Form der Veröffentlichung einen Weblog zu führen (vgl. Welker in: Picot 2006, S.165ff).

Außerdem lassen sich Weblogs als virtuelle[23] Notizbücher verstehen, da z. B. die Möglichkeit besteht, Einträge über das Mobiltelefon zu schreiben und im Blog zu veröffentlichen. Als eine weitere Funktion im Rahmen der Veröffentlichung kann die Testfunktion genannt werden. Diese ist besonders hilfreich, wenn Journalisten unfertige Texte im Weblogs publizieren können, bevor sie im Medium veröffentlicht werden. Ebenso kann durch Blogs getestet werden, wie die Leserschaft auf diverse Themen reagiert, was sie mehr und was sie weniger anspricht. Außerdem kann diese Form der Veröffentlichung von Texten oder Textfragmenten ebenso als Feedbackfunktion für den Journalisten durch die Leserschaft dienen (vgl. Zerfaß 2007, S.57).

23 Der Begriff des Virtuellen stammt ursprünglich von dem lateinischen Wort virtus (Kraft, Vermögen) und bezeichnet etwas Gedachtes, Potenzielles, besitzt jedoch keine Gegenständlichkeit. Anders ausgedrückt bezeichnet „virtuell“ die Eigenschaft eines Objektes, scheinbar vorhandene physikalische Merkmale simulativ zu erzeugen (vgl. Bühl 2000, S.82ff).

Weblogs als Recherchetool

Weblogs können Journalisten klassischer Medien als Informationsquelle und zum Zwecke der Recherche dienen. Oft machen Blogs Nachrichten und Ideen einige Zeit vor den klassischen Medien öffentlich und werden so auch zu einer Quelle derselben. Demnach können sie für Journalisten einerseits eine Möglichkeit sein, bevorzugte und brisante Themen zu entdecken, andererseits können sie auch als Frühwarnsystem fungieren. Durch die vernetzte Struktur von Blogs können sie dazu dienen, die Entwicklung von Meinungen und das Entstehen von Trends zu beobachten und können dadurch besonders für Journalisten wegweisend im Sinne der Themenfindung- und Bereitstellung sein.

Bei einer Redaktionsleiterbefragung deutscher Nachrichtenredaktionen im Jahr 2006 kam man zu dem Ergebnis, dass der Aussage „Blogger sind Quellen, die der Journalismus nutzen kann“ (n=76) 24% der Befragten *in hohem Maße* und 57% *etwas* zustimmten (vgl. Neuberger/Nuernbergk/Rischke in: Media Perspektiven 2/2007, S.109).

Für Journalisten existieren diverse Möglichkeiten Weblogs zum Zwecke der Recherche zu verwenden. Eine dieser Möglichkeiten ist die Konsultation von Fachblogs. Da der Blogosphäre immer mehr Fachleute bzw. Experten angehören, die thematisch fokussierte Informationen verbreiten, ist es von Vorteil, Informationen aus diesen Weblogs zu erlangen. In Deutschland beispielsweise sind insbesondere Juristenblogs, oder auch „Blawgs“ genannt, viel besuchte Weblogs (vgl. Zerfaß 2007, S.58). Die Recherche kann aber auch als Erfolgskontrolle eines publizierten Artikels fungieren. Oft nutzen Journalisten diverse *„Blog-Indizes wie Blogdex und Daypop, um den Erfolg einer Geschichte oder die Konjunktur eines Themas in der Blogosphäre zu verfolgen“* (Welker in: Picot 2006, S.167). WELKER weist darauf hin, dass die vernetzte Struktur der Blogosphäre die Möglichkeit schafft, die Entwicklung von Trends zu verfolgen. Einige Suchmaschinen wie „Blogstats“[24], „Technorati“[25] oder „Blogpulse“[26] sind derzeit dabei, dieses Thema zu erschließen.

Die Recherchefunktion wurde von Thomas MRAZEK in seinem Artikel „*I bLog, You bLog, We bLog? Web Log!* im Jahre 2003 angeführt, in welchem er die bekannte Journalistin Katja

[24] http://www.blogstats.de, Stand vom 24.7.2008
[25] http://www.technorati.com, Stand vom 24.7.2008
[26] http://www.blogpulse.com, Stand vom 24.7.2008

RIEFLER als Beispiel anführt. Die Münchner Journalistin schreibt für ein Gruppen-Weblog des Poynter Institute und profitiert insbesondere von den Einträgen ihrer Kollegen und erklärt, dass sie in Weblogs häufig auf aktuellste Quellen stößt welche von fachkundigen Autoren aufbereitet wurden. RIEFLER beschreibt die Situation von deutschen Medienblogs wie folgt: *"Als Marketinginstrument unterschätzen die deutschen Medien Weblogs völlig"* (Webseite: Onlinejournalismus.de).

Weitere Zwecke für die Nutzung von Weblogs

In Hinblick auf die zuvor angesprochene Erwägung, dass Weblogs sich für Journalisten in zwei Ausprägungen als bedeutsam zeigen, sollen an dieser Stelle weitere Möglichkeiten bzw. Zwecke erwähnt werden. Bereits angesprochen wurden Weblogs als Werkzeug zur Veröffentlichung von Inhalten und für die Recherche.

Marcel BERNET stellt in einer Aufzählung die seinerseits wichtigsten Möglichkeiten zur Verwendung von Blogs in einem europäischen Kontext dar und beschreibt, dass zwar nur 1% der Befragten Weblogs als glaubwürdig erachten, sie jedoch 70 Prozent täglich für berufliche Zwecke nutzen (vgl. Bernet 2006, S.45). Die folgende Abbildung erklärt die unterschiedlichen Ausprägungen zur Verwendung von Blogs in Bezugnahme auf die *Ross/Magnet-Studie 2005:*

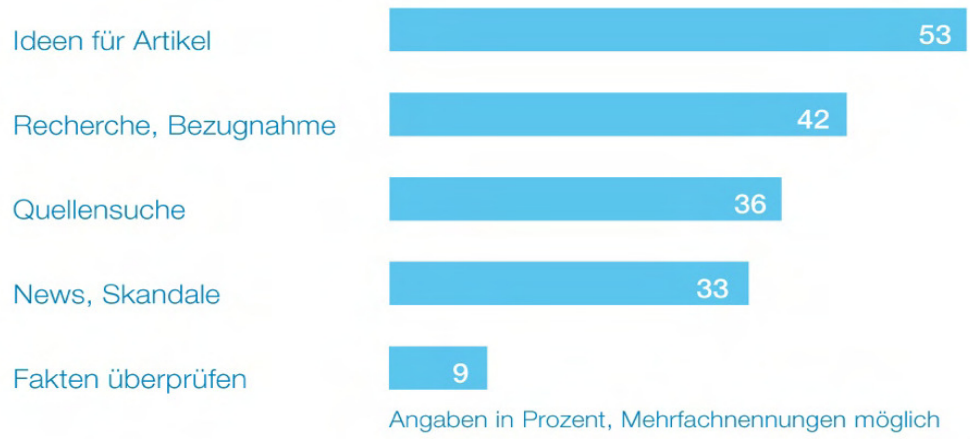

Abbildung 3: Verwendung von Weblogs. Ross/ Magnet-Studie 2005, im Weblog von Marcel Bernet unter: http://bernetblog.ch/wp-content/uploads/2007/06/hwz_medienarbeit_netz_handout.pdf, (16.7.2008)

Zusammenfassend können folgende Zwecke der Nutzung von Weblogs seitens Journalisten festgehalten werden. Diese setzen sich aus den vorangegangenen Ergebnissen der Studien sowie aus eigenen Überlegungen zusammen. Journalisten nutzen Weblogs

- zur Veröffentlichung von Inhalten (Publikation)

- für die Recherche (Suche nach Quellen)
- als Mittel zur Meinungsbildung
- zur Ideen- und Themenfindung
- zur Bestätigung von Fakten
- zum Entdecken von „breaking news“ bzw. Skandalen
- zur Verbreitung von Wissen
- aus Spaß an der Sache (Unterhaltung)
- zum Networking (Kontakt, Austausch, Profilierung und Selbstmarketing)

Diese Ausführungen werden auch für die empirische Studie im Modul „Weblogs als Werkzeug“ herangezogen und verwendet.

4.5. Das Verhältnis zwischen traditionellen Medien und der Blogosphäre

4.5.1. Die Blogosphäre – Begriffsbestimmung

Bevor hier eine Begriffsbestimmung versucht werden soll, seien anfänglich ein paar wenige Informationen zu Unklarheiten in Bezug auf die Blogosphäre erwähnt: Über die Anzahl von Weblogs im weltweiten Kontext lassen sich nur Schätzungen vornehmen, da die Anzahl der Blogs durch das ständige Wachstum der Blogosphäre unmessbar ist. Ein weiteres Problem ist die Frage: „Wann kann man von einem Weblog sprechen?“ Diese bleibt grundsätzlich unbeantwortet, da die Kriterien für ein Weblog umstritten bleiben. Viele Autoren bestreiten etwa, dass ein Weblog ohne Kommentarfunktion kein Weblog ist und wenn es als inaktiv zu gelten hat, wird diesem ebenfalls von vielen Autoren die Bezeichnung abgesprochen.

Die Blogosphäre: Begriff und Definition

„Der Begriff Blogosphäre (engl. „blogosphere“) beschreibt die Gesamtheit der Weblogs und ihrer Verbindungen“ (Wikipedia: Blogosphäre), demnach den Kosmos aller Weblog-Autoren und Nutzer. Die Blogosphäre ist als Kommunikationsnetz zu verstehen, an welchem Autoren und ihre Leserschaft teilnehmen. Dieses Kommunikationsnetz besteht aus sozialen Kontakten, die durch unzählige Vernetzungen eine Vielzahl von unterschiedlichen Communities bilden.
Erstmals wurde der Begriff vom Autor Brad L. GRAHAM verwendet (vgl. Wikipedia). In seinem Blog-Eintrag datiert auf das Datum 10. September 1999 verwendete der den Begriff noch scherzhaft, was aus diesem Auszug ersichtlich wird: „Goodbye, cyberspace! Hello, blogiverse! Blogosphere? Blogmos?“ (Brad L. Graham , Weblog). Drei Jahre später griff

William QUICK den Begriff auf und gab dazu am 1. Jänner 2002 ein Statement in seinem Weblog ab:

> *„I PROPOSE A NAME for the intellectual cyberspace we bloggers occupy: the Blogosphere. Simple enough; the root word is logos, from the Greek meaning, variously: In pre-Socratic philosophy, the principle governing the cosmos, the source of this principle, or human reasoning about the cosmos; Among the Sophists, the topics of rational argument or the arguments themselves" (William Quick, Weblog).*

Daraufhin fand der Begriff der Blogosphere in der Weblog-Community rasche Verbreitung und im Laufe der Zeit auch Eingang in die massenmediale und akademische Verwendung. BRUNS beschreibt die Blogosphäre wie folgt:

> *„The blogosphere, understood as the totality of all blogs and the communicative intercast between them through linking, commentary, and trackbacks, is perhaps unique in its structure as a distributed, decentered, fluctuating, ad hoc network of individual Websites that interrelate, interact, and (occasionally) intercreate with one another" (Bruns 2007, S. 5).*

Biz STONE stellt zwischen der Blogosphäre und den Versprechen, die das Internet schon vor Jahren einzulösen vermochte, eine Verbindung her:

> *„In many ways, the blogosphere is fulfilling the original promise of the Internet: a vast, digital democracy of interconnected minds. In addition, through methods of operation inherent in the blogging culture, such as blogrolling, blogging is a naturally occurring social network based on intellectual interaction" (Stone 2004, S.192).*

Die Blogosphäre als Kommunikationsnetz

Das nächste Merkmal der Blogosphäre ist jenes des Kommunikationsnetzes: Trotz ihrer subjektiven Autorenschaft sind Weblogs immer auch als Bestandteil einer großen Organisationsstruktur zu verstehen, demnach greift eine bloße Beschreibung auf individueller Ebene für das Weblog-Phänomens zu kurz. Denn ihre Funktion können Weblogs nur innerhalb eines solchen Kommunikationsnetzes, der Blogosphäre, entfalten. (vgl. Picot 2006, S.140f). Somit können Blogs größeren Einfluss geltend machen, da sie durch unzählige Verlinkungen gemeinsam dieses Netzwerk bilden.

Mark TREMAYNE stellt die Blogosphäre anderen sozialen Netzwerken gegenüber, indem er erklärt, dass die meisten anderen sozialen Netzwerke verbal agieren. In diesen Fällen ist es oft schwierig die Flut an vorhandenen Ideen im Netzwerk zu rekonstruieren. In der Blogosphäre ist es möglich eine Information bis zu dem ersten Blogger, der diese Information veröffent-

licht hat, zurück zu verfolgen. Dienste wie beispielsweise „Technorati“[27] sind in der Lage, zu einem bestimmten Themenkreis jene Gruppe von Blogs zu isolieren, welche das spezielle Thema behandelt haben. Außerdem sind die sozialen Verbindungen dieses Netzwerkes durch die Verlinkungen der Blogger untereinander ausdrücklich bestimmt und somit nachvollziehbar. TREMAYNE weist außerdem darauf hin, dass eine spezielle Qualität dieses Netzwerkes die Schnelligkeit bzw. Aktualität ausmacht (vgl. Tremayne, 2007, S. xi). Auch Lou RUTIGLIANO sieht in der Blogosphäre ein sich weiter entwickelndes Kommunikationsnetzwerk:

> *„Blogs can potentially accommodate mass participation and remain open and competitive, thereby providing the more democratic public sphere that civic journalists and blog enthusiasts desire. But they first need to surrender part of their operation to the laws of emerge” (Rutigliano in: Tremayne 2007, S. 228).*

Gernot GEHRKE erklärt die Entwicklung von Netzwerken wie folgt: „*Wo früher die Ausgestaltung von materiell-technischen Ressourcen im Mittelpunkt stand, gewinnen heute die immateriellen Produktions- und Wettbewerbsfaktoren zunehmend an Bedeutung; hier u.a. eben auch das Beziehungsmanagement als Formen von Kooperation, Beziehungen und Kontakten“* (Gehrke 2004, S. 36). Als Merkmale von Netzwerken, welche auch für die Blogosphäre wesentlich zu sein scheinen, nennt Gehrke die folgenden:

- *„die gemeinsame Intention, d.h. Orientierung an einem Thema,*
- *Personenorientierung,*
- *Freiwilligkeit zur Teilnahme,*
- *Eine auf dem Tauschprinzip beruhende Beziehung“ (ebd., S. 37).*

Die angesprochenen Merkmale gelten auch für die Blogosphäre, da sie Teil der Entwicklung dieses Kommunikationsnetzes sind. Ganz allgemein und doch treffend äußert sich BRUNS über Weblogs als soziale Netzwerke:

> *„(…) it is the social networking of blogs and the potential for collaboration, that provides a decidedly human dimension to the pubishing and publicizing of information. By personalizing content, blogs go beyond a purely informative role and provide a platform for debate, deliberation, and the expression of personal identity in relation to the rest of the (blogging) world” (Bruns 2007, S.5).*

Aus diesem Zitat geht auch eine Dynamik und Eigeninitiative von Weblog-Autoren hervor, insofern lässt sich die Blogosphäre bei näherer Betrachtung als ein dynamisches

[27] http://www.technorati.com

Kommunikationsnetz beschreiben. Dazu soll an dieser Stelle eine Gegenüberstellung von dynamischen und hierarchischen Netzen herangezogen werden, welche laut GEHRKE auf RAUCH zurückzuführen ist:

Dynamische Netze	***Hierarchische Netze***
Symmetrische Kommunikation	Asymmetrische Kommunikation
Stabilisierung durch geteilte Interessen und Aushandeln	Stabilisierung durch vorgegebene Regeln
Aktion und Reflexion	Anordnung und Ausführung
Entwicklungsbetont (progressiv)	Bewahrungsbetont (konservativ)
Aufbau einer Vertrauenskultur (Offenheit)	Misstrauenskultur dominiert (Formalismen)

Tabelle 8: Dynamische und hierarchische Netze. *Eigene Tabelle nach Rauch zit. nach Gehrke 2004, S.38.*

Die Blogosphäre kann als ein dynamisches (Kommunikations-)Netz verstanden werden, da alle von RAUCH hier angeführten Merkmale für Netze auf die Blogosphäre übertragbar sind.

Virale Effekte in der Blogosphäre

Im nächsten Kapitel sollen virale Effekte in der Blogosphäre besprochen werden. Ein *viraler Effekt* tritt dann auf, wenn soziale Netzwerke dazu genutzt werden um eine Information zu verbreiten und diese in unüberschaubarer Anzahl weiter verbreitet wird. Allerdings bedeutet das nicht, dass nur von gut verlinkten Weblogs ein viraler Effekt ausgehen kann, jedoch ist dies weitaus unwahrscheinlicher. Durch unvorhersehbar auftretende virale Effekte wird die Blogosphäre oftmals als Gefahr dargestellt. Tom ALBY ist der Meinung, dass es hinsichtlich dieser Äußerung sehr interessant sei, dass von einer Gefahr der Blogosphäre oder einer Gefahr der Manipulation der öffentlichen Meinung durch jede Person gesprochen wird, allerdings die durch die traditionellen Medien und Unternehmen herrschende Manipulation vollends ausgeblendet scheint (vgl. Alby 2007, S. 31f). Ein Beispiel, welches in der Blogosphäre einen viralen Effekt auslöste, ist die Firma „Kryptonite“.[28]

[28] Chris BRENNAN, ein begeisterter Hobbyradfahrer wurde durch einen Freund darauf aufmerksam gemacht, wie Fahrradschlösser der Firma *Kryptonite* mit einem einfachen Bic-Kugelschreiber aufzubrechen sind. Nachdem er dies in der Blogosphäre zur Diskussion stellte, berichteten eine Reihe von Blogs von diesem Vorfall. Dieser virale Effekt hatte zur Folge, dass auch die *New York Times* und *Associated Press* auf das Problem aufmerksam wurden und dies ihren Medien publizierten. Daraufhin kündigte *Kryptonite* am 22. September eine Rückrufaktion an (vgl. Zerfaß 2007, S.97f). Der Ruf des Unternehmens war, nach dem Prozess der erst Mitte 2005 abgeschlossen wurde, jedenfalls nachhaltig geschädigt worden.

Die Blogosphäre als Korrektiv

Im Internet werden Personen immer wieder mit Verhaltensweisen anderer Personen konfrontiert, welche keineswegs mit ihren normativen Erwartungen, ihrem Verständnis von im Netz vorhandener Kommunikationsregeln und ihren moralischen Wertvorstellungen einhergehen. Die als problematisch bewerteten Verhaltensweisen und Medienangebote umfassen im Internet ein breites Spektrum: Sie gehen von Kommunikationsstörungen und -behinderungen über Belästigungen und schwerwiegenden Täuschungen, persönlichen Angriffen und Verletzungen bis hin zu erheblichen wirtschaftlichen Schäden. Probleme dieser Art treten vor allem durch geringe technische und ökonomische Zugangsbarrieren und länderspezifisch unterschiedliche Rechtsvorschriften auf. Die Verbreitung von ethisch fragwürdigem und auch gesetzlich verbotenem Material wird zusätzlich erleichtert (vgl. Beck 2006, S.186f).

In Weblogs kann die Frage nach der Identität der Kommunikationspartner sowie die Authentizität ihrer Äußerungen ebenfalls missbraucht werden. Anonyme Kommunikation, Pseudonyme und andere Formen des verbalen Fehlverhaltens sind mittlerweile zum Gegenstand der ethischen und moralischen Diskussion des Regulierungsbedarfs sowie der Selbstregulierung in der Blogosphäre geworden.

In Hinblick auf den Regulierungsbedarf spalten sich die Meinungen für eine Lösung des Problems im allerdings Internet in zwei „Lager“. Einerseits wird davon ausgegangen, dass das Internet durch Selbstregulierung dieses Problem zu Lösen im Stande ist, andererseits existieren Vorschläge zu einer externen Regulierung durch gesetzliche Normen und sanktionsbewertenden Aufsichtsstrukturen (vgl. ebd., S.192).

Zur Regulierung normativer Fragen und Konflikte, wie auch zur besseren Verständigung in der computervermittelten Kommunikation haben sich im Laufe der Zeit informelle Regeln für Selbstregulierung entwickelt. Diese Entwicklung geht auf die gemeinschaftliche Entwicklung, Propagierung und Durchsetzung der Normen auf die Nutzer zurück, ohne dass dabei eine staatliche Macht eingegriffen hätte. Ein wesentlicher Ansatz dafür ist die sog. „Netiquette“[29], demnach eine Netz-Etiquette mit Normen für den Umgang mit dem Internet (vgl. dazu Kap. 4.3.5.).

[29] vgl. die Fassung der deutschsprachigen Netiquette unter: http://www.ping.at/guides/netmayer/netmayer.html#classic, Stand vom 1.8.2008.

4.5.2. Zum Verhältnis von Bloggern und Journalisten

Die übliche Perspektive in der Weblog-Literatur beschreibt den Einsatz von Blogs in jener Form, in welcher Blogger zu (Laien-)Journalisten werden und die Rolle von Journalisten in einer subjektiven Weise der Berichterstattung übernehmen. Demnach wird diese Form der Publikation von Bloggern oftmals als neue Form des Graswurzel-Journalismus bezeichnet. Es wird von einer Art des „Gegen-Journalismus" gesprochen, die von Refinanzierungszwängen und anderen Abhängigkeiten losgelöst ist.

In der Blogosphäre sind immer wieder negative Stimmungen zum Verhältnis von Weblogs und traditionellen Medien zu erkennen. Manche fürchten, dass entweder Weblogs oder der traditionelle Journalismus unter dem „Duell", das sie ausfechten, leiden könnten.

Gernot BRAUER beschreibt, dass Kommunikationsverantwortliche bzw. die Kommunikationsbranche ein gespaltenes Verhältnis zu Weblogs pflegen. Eine europaweit angelegte Weblog Studie der *European Public Relations Education and Research Association* (Europera) untersuchte die Einstellungen von Kommunikationsverantwortlichen gegenüber Blogs. Die Ergebnisse zeigten, dass sich die Einstellungen unterscheiden: *„Ein Drittel der Kommunikationsverantwortlichen betreibt ein Weblog oder verfasst regelmäßig Beiträge hierfür. Von einem Viertel aller Befragten wird das neue Medium jedoch vollständig ignoriert (…)"* (Brauer, Gernot in: Journalist, 7/ 2006, S.43).

BRUNS erklärt das Verhältnis zwischen Weblogs und den traditionellen Medien mit folgenden Worten: *„Their relationship is both symbiotic and complementary: bloggers and journalists often irk one another, but ultimately offer mutual benefits, and a twenty-first century public is better served by both together than by either alone"* (Bruns 2007, S.24).
Demnach beschreibt BRUNS das Verhältnis zwischen Weblogs und dem Journalismus keineswegs als konkurrierend, sondern als komplementär. Bezug nehmend auf BRUNS' Aussage, sollen drei Befragungen von NEUBERGER herangezogen werden:

Eine *Untersuchung thematischer Weblogs* im Jahre 2003 ergab, dass 29% der Befragten der Meinung waren, dass Weblogs den Journalismus „teilweise verdrängen" werden. Bereits drei Jahre später, nämlich durch die *Untersuchung der Redaktionsleiter* 2006, erhielt die Aussage „Weblogs haben nichts mit dem Journalismus zu tun" relativ hohe Zustimmung, nämlich von 53% (n=78) der Befragten. Das Weblogs den Journalismus verdrängen würden, wurde von

95% (n=80) der Befragten vollends ausgeschlossen (vgl. Neuberger/Nuernbergk/Rischke in: Media Perspektiven 2/2007, S.103).

In einer Studie aus 2003, den deutschsprachigen Raum bestreffend, von Christoph NEUBERGER, wurde die Sicht von Bloggern und Anbietern von Peer-to-Peer-Informationssites[30] über ihr Verhältnis zum traditionellen Journalismus ermittelt.[31] Die nachfolgende Tabelle dient der Veranschaulichung der Ergebnisse:

	Weblogs (n=134-135)
Angebote des Typs haben nichts mit Journalismus zu tun	18,5
Angebote des Typs sind eine neue Art des Journalismus	63,7
Angebote des Typs werden den traditionellen Journalismus teilweise verdrängen	28,9
Angebote des Typs liefern oft wichtige Informationen, die im traditionellen Journalismus nicht veröffentlicht werden	83,0
Traditioneller Journalismus ist meist glaubwürdiger als Angebote des Typs	40,3

Tabelle 9: Das Verhältnis von Weblogs und dem traditionellen Journalismus („trifft zu", in %). Tabelle nach Neuberger In: Picot 2006, S.122.

Der Aussage, dass ihr Angebotstyp nichts mit traditionellem Journalismus zu tun hat, stimmten nur wenige Befragte zu, wohingegen der Aussage, dass Angebote des Typs sind eine neue Art des Journalismus wären, beinahe zwei Drittel der Befragten zustimmten. Demnach könnte man sagen, dass sich viele Blogger als Journalisten verstehen. Allerdings nahm ein geringerer Teil der Befragten (28,9%) an, dass Weblogs den traditionellen Journalismus teilweise verdrängen würden. Auffallend ist, dass rund 8 von 10 Befragten der Meinung sind, dass Angebote des Typs oft wichtige Informationen bereitstellen, die im traditionellen Journalismus nicht veröffentlicht werden. In Hinblick auf die Glaubwürdigkeit von Inhalten in Weblogs sprechen nur etwa 4 von 10 Personen dem traditionellen Journalismus mehr Glaubwürdigkeit zu. Laut Neuberger geht aus den Ergebnissen hervor, dass das Verhältnis zwischen Weblogs bzw. Bloggern und dem traditionellen Journalismus eher als komplementär und weniger als konkurrierend verstanden werden kann (vgl. Neuberger in: Picot 2006, S.121f).

In weiterer Folge wurden in der Studie die Stärken von Weblogs und dem traditionellen Journalismus verglichen, wie die folgende Tabelle veranschaulicht:

[30] Die Antworten der Anbieter von Peer-to-Peer-Informationssites werden ausgelassen, da diese im Zusammenhang mit der Thematik der Arbeit keine Relevanz besitzen.

[31] Da die Grundgesamtheiten nicht überschaubar waren, können die Ergebnisse laut Neuberger allerdings nicht als repräsentativ gelten.

	Trifft eher auf Weblogs zu	Trifft eher auf den traditionellen Journalismus zu	Trifft auf beide gleich zu
Vielfalt der Informationen	32,6	17,0	50,4
Tiefe der Themenbehandlung	41,1	57,0	28,9
Leichter Zugang der Nutzer zu den Autoren	94,9	1,5	3,7
Aktualität	51,5	5,1	43,4
Relevanz der Informationen	11,9	35,6	52,6
Richtigkeit der Informationen	7,4	38,5	54,1
Persönliche Perspektive des Autors	89,6	0	10,4
Neutralität	5,3	65,2	29,5
Kommentierung de Tagesgeschehens	50,7	11,9	37,3
Vielfalt der Meinungen	65,4	7,5	27,1
Intensive Diskussion von Themen	70,4	5,2	24,4
Unterhaltsam geschrieben	52,6	4,4	43,0
Service-Informationen	17,0	27,4	55,6

Tabelle 10: Stärken von Weblogs und dem traditionellen Journalismus im Vergleich (n=132-136, in %). Tabelle nach Neuberger In: Picot 2006, S.123.

Daraus geht hervor, dass die besonderen Stärken von Weblogs im leichten Zugang zum Autor, seiner persönlichen Perspektive, der Vielfalt der Meinungen, der intensiven Diskussion von Themen, der Kommentierung des Tagesgeschehens, der Aktualität und der Unterhaltsamkeit liegen. Die Stärken des traditionellen Journalismus betreffen insbesondere die Tiefe der Themenbehandlung sowie die Neutralität der Berichterstattung. In Hinblick auf die Relevanz, Richtigkeit und Vielfalt der Informationen sowie beim Service-Aspekt sahen mehr als die Hälfte der Befragten keine besonderen Unterschiede (vgl. Neuberger in: Picot 2006, S.122).

Die Frage, weshalb die Nutzer ein Weblog führen, kann laut NEUBERGER wie folgt beantwortet werden:

> *„Blogger wollen in erster Linie ihre eigene Meinung kundtun (75%, n=137) und unterhalten (64%). Rund die Hälfte der Blogger wollte auch über wichtige Informationen informieren (53%) und mit anderen Leuten diskutieren (50%). Auch hier zeigte sich eine starke journalistische Orientierung“ (vgl. ebd., S.123).*

Beziehung	
Reaktion auf Nutzerbeiträge im eigenen Weblog	73,6
Links zu anderen Weblogs	86,4
Reaktion auf Beiträge in anderen Weblogs	68,0
Beteiligung durch Beiträge in anderen Weblogs	75,2
Persönlicher Kontakt zu anderen Bloggern	58,4

Tabelle 11: Weblogs: Beziehung zu den Nutzern und zu anderen Weblogs (n=125, in %). Tabelle nach Neuberger In: Picot 2006, S.124.

Laut Neuberger liefern diese Ergebnisse erste Hinweise auf das Selbstverständnis von Bloggern. Hierbei geht es vorwiegend um Einschätzungen der eigenen Leistungen und die Qualitätssicherung. Weblogs sind in der Regel sehr stark untereinander vernetzt; die Qualitätssicherung erfolgt einerseits durch die Nutzerbeteiligung, andererseits durch die Reaktionen anderer Weblogs. Blogger reagierten häufig in ihrem eigenen Angebot auf Beiträge in fremden Weblogs (vgl. ebd., S. 124).

4.5.3. Weblogs als Herausforderung für traditionelle Medien

TREMAYNE veranschaulicht in seinen Ausführungen sehr deutlich, dass Weblogs für traditionelle Medien als Herausforderung zu gelten haben und erklärt den Einfluss von Weblogs gegenüber traditionellen Medien. Einerseits haben einige Weblogs eine umfangreiche Leserschaft erlangt, andererseits haben sie die „Macht des Kollektivs", da die gesamte Blogosphäre gemeinschaftlich arbeitet, rezipiert und verlinkt. Durch die günstige Produktion von Blog-Inhalten und die oftmals kostenlose Verfügbarkeit von Weblog-Software vervielfältigen sich die Kanäle der Blogosphäre rapide in Millionenhöhe. Daraus leitet sich die Frage ab, wie traditionelle Medien mit dieser Herausforderung umgehen. TREMAYNE erklärt seine Sichtweise dazu folgendermaßen:

> *„First, mainstream media attacked the blogs. They were insignificant, filled with errors and lacking in credibility. (…) Second, mainstream media embraced the blogs-an "if you can't beat 'em, join 'em" approach evidenced by nearly universal adoption and incorporation of the word 'blog' on major newspaper and broadcast news websites. Often, what were once called columns are now called blogs. Also, some of the most popular writers in the real blogosphere have been hired by mainstream outlets, providing further evidence of the movement's success (…). Finally (…), mainstream news organizations will learn from bloggers how to take advantage of active citizen-readers to generate better product and lower costs" (Tremayne 2007, S. xvi).*

In Hinblick auf die Gatekeeper-Funktion traditioneller Journalisten ist Jane SINGER der Meinung, dass sich diese mit dem Aufkommen des Internets völlig verändert hat, da Journalisten fortan gefordert sind, neue Aufgaben und Rollen zu übernehmen. Demnach bildet das Internet eine Herausforderung für professionelle Journalisten, wie SINGER in Anlehnung an WILLIAMS und DELLI CARPINI (2000) beschreibt:

> *„The internet has challenged virtually all aspects of this journalistic gatekeeping concept. Online, almost anyone can send news and views around the world, and sometimes it seems as if almost everyone does. In a media environment with unlimited sources of information, the concept of discrete gates through which such information passes is obliterated; if there are no gates, there is no need for anyone to tend them (…). The diminished authority of any one outlet to play a gatekeeper role over published information derives not only from the medium's*

openness but also from the speed of instant publication in a continuous news cycle" (Singer in: Journalism, 2005, S.178f).

Weblogs können für Journalisten auch eine Herausforderung in Zusammenhang mit den Begriffen „Accoutablity" und „Transparency" bedeuten (vgl. ebd. S.179), wobei die Forderung nach „Accoutablity" bereits durch die *Society of Professional Journalists* in ihrem Code of Ethics unter anderen vier Punkten gelistet wird (Kap. 4.3.3.1.). Demnach ist SINGER in Anlehnung an GILLMOR, WENDLAND, LASCIA, LENNON, ANDREWS und GLASER der folgenden Meinung:

„For professional proponents, the blog ideally this twin normative goal of accountability and transparency. The blogging community is far from shy about going after journalists for offenses real and imagined, shocking thin-skinned journalists unused to being scrutinized the way they scrutinize others (…). Everything the journalists writes is now subject to public analysis, comparison and fact-checking (…). Moreover, the blog format also encourages journalists to link the raw material behind their stories (…), providing at least the groundwork for a move toward more transparency. (…) Bloggers also can nudge journalists toward sources outside traditional halls of government and business, and they serve as a 'corrective mechanism' for sloppy reporting (…), factual errors or bias (…)" (ebd., S.180).

Durch die Befürchtung, dass die Autoren im Web das Berufsfeld von Journalisten und somit ihre Funktion bedrohen, in Frage stellen und überflügeln könnten, wurde die Möglichkeit der Nutzung neuer Medien und somit auch von Weblogs durch Journalisten erst im Laufe der Zeit wahrgenommen. Mittlerweile haben viele Medien Weblogs in ihr Online-Angebot integriert, wie auch Dan GILLMOR beschreibt: *„(…) dozens of mainstream journalism organizations have adopted blogs, a trend that seems likely to accelerate. (…) The most successful blogs by professional journalists have shared some of the characteristics that make a blog worth reading: voice, focus, real reporting, and good writing"* (Gillmor 2004, S.114).

Don Alphonso PORCAMADONNA, bekannter Journalist und Blogger, steht jedoch den so genannten Medien-Blogs eher skeptisch gegenüber. Er sieht in Weblogs eine Konkurrenz für die traditionellen Medien und kommentiert diese wie folgt:

„Natürlich sind Blogs eine Konkurrenz. Und es ist auch sehr unwahrscheinlich, dass Medien Marktanteile von den Blogs zurückgewinnen können; es wird aus einer Reihe von teilweise selbst verursachten Gründen noch lange eine Abwanderung zu den Blogs geben. Die Verbreiterungsmethoden der Blogs sind schnell, kostenlos und kommen aus dem Kern der diversen Szenen, die sich inzwischen etabliert haben, so dass normale Medien mit ihren großen Verwertungsapparaten und Hierarchien zunehmend das Rennen zum Kunden verlieren. Die Versuche der Medien, mit eigenen Blogs die Leserbindung zu verbessern, gewissermaßen die Konkurrenz im eigenen Haus zu schaffen, waren

bislang fast durchgängig wenig erfolgreich. (…) Während die Medien ihre liebe Not mit dieser neuen Form der Öffentlichkeit haben, wächst die Blogosphäre ständig weiter. Es gibt offensichtlich einem Markt für diese privaten Erzählungen, den zu bedienen die alten Gatekeeper der Medien nicht in der Lage sind" (Porcamadonna in: Diemand 2007, S. 96).

Dem gegenüber steht die Meinung von Jay ROSEN, Professor der University of New York, Department of Journalism, indem er in einem Interview auf die Frage, ob traditionelle Medien durch Weblogs in Gefahr sein könnten, wie folgt antwortet:

„(…) I don't think media works that way. The tendency is for things to get absorbed into a new combination, not for them to disappear. I never thought it was a serious case that these older forms of news would be replaced. But here are parts of the relationship where the Web is replacing the old world" (Kline 2005, S. 319).

Dan GILLMOR geht in seinen Ausführungen darauf ein, dass traditionelle Medien oftmals vergessen ihrer Leserschaft in ihren Online-Angeboten eine Möglichkeit zur Diskussion einzuräumen.

„When most Big Media companies consider having a conversation with their audience, they tend not to push many boundaries. For example, it astonishes me that some organizations still don't put reporters' (…) email addresses at the end of stories. There is no plausible excuse for leaving out contact information when the articles are posted on the Web. A news operation that fails even this test is not remotely serious about engaging its audience" (Gillmor 2004, S.112).

Durch einen Blick speziell auf österreichische Weblogs, kann diese Tatsache verifiziert werden. Hier fehlt bei einigen Medien-Blogs nicht nur die Möglichkeit Kommentare zu hinterlassen, oftmals sind, um mit einem Redakteur bzw. Journalisten in Kontakt zu treten, lediglich die E-Mail Adressen der jeweiligen Redaktion zu erhalten. Ein persönlicher Kontakt wird somit vollends ausgeblendet.[32]

4.5.4. Barrieren für den Bedeutungsverlust klassischer Medien

Durch die publizistische Macht, die jedem Internetnutzer die Möglichkeit zugesteht, im Internet zu publizieren was er möchte, wird oftmals thematisiert, dass der klassische Journalismus seine Macht verlieren würde oder bereits verloren hätte. Der Thematisierung von Weblogs als Gefahr für die klassischen Medien, dem Machtverlust traditioneller Gatekeeper und dem Ende der Massenmedien wirken jedoch vier maßgebliche Barrieren entgegen:

[32] Ein Beispiel dafür bietet in Österreich der ZIB2-Blog.

- *Die Passivität von Individuen:* Auch in der Blogosphäre wächst die Zahl der Leser schneller als die der Autoren.
- *Die Marketingmacht von Medien:* Medienmarken leisten Vertrauen und reduzieren die Komplexität für den Leser/Nutzer. Demnach sind etablierte Medien nach wie vor von Bedeutung.
- *Der Zugang zu Informationen:* Medienmacher und Journalisten verfügen über die entscheidenden Zugänge über Informationen, die normale Bürger nicht haben (Recherche, Einladungen, Agenturen, etc.)
- *Qualitätskontrollen:* Aufgrund der Berichterstattung journalistischer Regeln, wird herkömmlichen Medien höhere Glaubwürdigkeit zugesprochen als individuellen Angeboten (vgl. Welker in: Picot 2006, S.157ff).

Ein weiterer wichtiger Grund für die hohe Glaubwürdigkeit des Journalismus basiert auf Vertrauen seitens des Publikums. Hierbei geht es in erster Linie um das Vertrauen in das Funktionieren des Journalismus, also um Vertrauen in das System (vgl. Kohring 1997, S.141). KOHRING definiert Gründe für Vertrauen, die in der nachfolgenden Tabelle dargestellt werden:

	Spezifische Gründe	***Unspezifische Gründe***
Beschreibung	Erfahrung der bestätigten Vertrauenserwartung	Alle anderen, nicht aus bestätigten Vertrauenserwartungen abgeleiteten Gründe
Typen	o Bestätigung durch Eigenerfahrung o Bestätigung durch selbst beobachtete Erfahrungen anderer o Bestätigung durch mitgeteilte Erfahrungen anderer	o Rückschluss von Mitteilung auf Selektion (Verhalten; Inhalt) o Rückschluss von Kontext der Mitteilung auf Selektion (stabile Kommunikatormerkmale inkl. allgemeine Vertrauenswürdigkeit; allgemeine Systemvertrauenswürdigkeit; systeminterne Kontrolle und Autonomie)

Tabelle 12: Gründe für Vertrauen. Kohring 1997, S.181.

In Hinblick auf die unspezifischen Gründe ist festzumachen, dass bei diesen noch gar keine Bestätigung von Vertrauenserwartungen vorliegen, da es sich um Ersthandlungen handelt. Bei den ausschließlich spezifischen Gründen für Vertrauen geht es um traditionale Strukturen, nämlich um das Handeln aufgrund vorhergehender Erfahrungen. Somit kann auch Vertrautheit zustande kommen (vgl. Kohring 1997, S.181f).

Journalistische Tätigkeiten wie das Recherchieren, Selektieren und Präsentieren von Inhalten sind auch in Weblogs unumgänglich. In Blogs dominieren Verweise auf Inhalte klassischer Medien im Vergleich zu Verweisen auf andere Quellen. Auch Dr. Thorsten WICHMANN, Gründer und ehemaliger Geschäftsführer von *Berlecon Research*, unterstreicht in seiner Studie im Jahr 2005 die Bedeutung von professionellen Medien als Quelle für die Berichterstattung in Weblogs:

> *„Die wichtigste Informationsquelle für Blogger, so hat unsere Auswertung der Einträge ergeben, sind immer noch professionelle Medien. Nur eine Minderheit hat sich in ihren Links zum Thema auf andere Blogs bezogen“ (Berlecon Research).*

Laut WICHMANN standen Weblogs in Deutschland im Jahre 2005 noch am Anfang ihrer Entwicklung. Daraus leitet er folgende Tatsache ab:

> *„Das bestätigt auch eine weitere Einschätzung der Studie, dass Weblogs in Deutschland noch am Anfang ihrer Entwicklung stehen. Offensichtlich wird etablierten Medien – in diesem Fall z.B. Heise, Golem, Der Standard – als Quelle immer noch eine größere Glaubwürdigkeit zugesprochen als Blogs“ (Berlecon Research).*

Auffällig dabei ist, dass dieses Ergebnis der Studie von *Berlecon Research* in starkem Kontrast zu der von vielen Autoren vertreten Meinung steht, Weblogs würden die klassischen Medien gefährden, oder – noch schlimmer – Weblogs wären das Ende der Massenmedien. Dazu stellt WICHMANN in Bezug auf deutsche Medien folgende Behauptung auf:

> *„Ganz im Gegenteil können Blogs die Bedeutung von etablierten Medien im Internet offensichtlich noch verstärken, wenn sich "Big Media" wie Heise, Spiegel Online und andere als Bezugspunkte etablieren, auf deren Artikel Blogger verweisen. Die Blogosphäre wird so zum Traffic-Lieferanten für diese Sites“ (Berlecon Research).*

David SIFRY, CEO der Weblog-Suchmaschine *Technorati* hat den Technorati-Index untersucht und ausgewertet, welche Verlinkungen Blogger auf ihren Weblogs setzen. Unter den 40 am meisten verlinkten Websites, fallen immerhin die Hälfte der Seiten auf Weblogs. Die ersten Positionen der meist verlinkten Websites, nehmen allerdings die Websites der professionellen Medien, wie *New York Times, CNN* oder *BBC* ein (vgl. Berlecon Research). In Hinblick auf medienzentrierte Themen-Blogs wird der Bezug auf klassische Medien noch deutlicher. Der Watchblog[33] von Christoph SCHULTHEIS und seinen Mitarbeitern beleuchtet die Artikel der deutschen Bild-Zeitung mit großer Sorgfalt.

---

[33] www.bildblog.de, Stand vom 6.7.2008

4.5.5. Weblogs als Bereicherung für traditionelle Medien

NEUBERGER meint, dass vieles dafür spricht, *„dass Weblogs und professioneller Journalismus sich eher ergänzen, als dass sie miteinander konkurrieren“* (Neuberger in: Diemand 2007, S.129). BRUNS ist ähnlicher Meinung und konstatiert: *„In fact, both journalists and (…) bloggers are and will remain valuable, to one another and to the public. They offer (…) symbiotic and complementary approaches to information”* (Bruns 2007, S.26). Auch BURNSTEIN sieht diese Situation ähnlich und erklärt: *“Blogs will coexist with other media for a long time to come, and there will be continual interactions and cross-fertilizations”* (Burnstein in: Kline 2005, S.xxii). BRUNS argumentiert, dass Blogger von Journalisten insofern abhängig sind, als dass sie meist auf Information aus den Medien zurückgreifen und nur relativ wenig selbst recherchieren, wobei er meint:

> *„The good ones monitor a range of media outlets; compare their versions of events, and compare present versions with previous ones; root around online for alternative perspectives; then post what they have learned, link to what they have found, and offer their opinions about it all” (Bruns 2007, S.26).*

Auch bei einer Redaktionsleiterbefragung deutscher Nachrichtenredaktionen im Jahr 2006 kam es zu dem Ergebnis, dass Weblogs eher in Komplementärrollen zum traditionellen Journalismus gesehen werden. Der Aussage „In Weblogs findet die Kommunikation des Publikums über die Berichterstattung der Massenmedien statt“ (n=77) stimmten 31% der Befragten *in hohem Maße* und 61% *etwas* zu (vgl. Neuberger/Nuernbergk/Rischke in: Media Perspektiven 2/2007, S.109).

Blogger benötigen außerdem „traditionelle“ Journalisten um öffentliche Aufmerksamkeit zu generieren. Laut Bruns haben es Weblogs den traditionellen Medien zu verdanken, dass die Aufmerksamkeit der Menschen auf diese Publikationsform überhaupt in dieser Intensität zustande gekommen ist. Weiters verwenden Journalisten Weblogs um daraus zu zitieren, um mit ihnen zu konkurrieren, folgen ihren Kontakten und kreieren ebenfalls ihre eigenen Blogs. Außerdem können Blogger laut BRUNS von Journalisten viel lernen, vor allem von ihren Handlungsweisen und ethischen Richtlinien.

Somit kann man feststellen, dass Weblogs und Journalismus in den erwähnten Punkten als symbiotisch erscheinen, andererseits in wiederum anderen Gegebenheiten als komplementär (vgl. Kap. 4.5.3.). Blogger und Journalisten füllen unterschiedliche Nischen in Hinblick auf Informationsräume (vgl. Bruns 2007, S.26ff): *„Journalists can bring the power of their institution, reputations, and professional standards to bear on stories of broad public interest.*

Together, they can do a more thorough job of serving the public, with the strengths of each correcting the shortcomings of the other" (Bruns 2007, S.29). Demnach ist es laut BRUNS an der Zeit, Weblogs und professionellen Journalismus als sich bedingende und ergänzende Faktoren zu verstehen, obwohl sie Facetten der Konkurrenz beinhalten, könnte man meinen, dass sie sich vielleicht gerade aus diesem Grund beflügeln und weiterbringen.

Laut NEUBERGER wird die Ergänzung von Weblogs für den traditionellen Journalismus dadurch deutlich, dass professionelle, partizipative und technische Vermittler im Internet auf unterschiedliche Probleme spezialisiert sind und sich demnach in einigen Bereichen zu ergänzen scheinen:

- Der *professionelle Journalismus* kann durch bekannte Medienmarken seine sehr hohe Reichweite auch im Internet erzielen. Durch kontinuierliche und gründliche redaktionelle Prüfung von Inhalten und Material kann der professionelle Journalismus eine hohe Qualitätssicherung bieten. Somit ist er in der Lage ein hohes Maß an Aufmerksamkeit zu erreichen und Informationsmüll auszusortieren.
- Die *partizipative Vermittlung* weist eine sehr große Vielfalt an Informationen auf und bietet intensiven Meinungsaustausch sowie Raum für Diskussionen.
- *Suchmaschinen* im Internet bieten die Sortierung großer Datenmengen und die Unterstützung der Überschaubarkeit der zu Tage tretenden Informationsflut (vgl. Neuberger in: Picot 2006, S.125).

Die erwähnten drei Vermittlungsstrukturen sind auf unterschiedliche Problemlösungen spezialisiert, trotzdem unterstützen sie sich gegenseitig:

> *„Professionelle Journalisten nutzen Blogs (…) als Recherchequellen. Hier finden sie Themenideen und Informationen aus ‚erster Hand'. Wenn sie daraus zitieren, lenken sie zugleich die Aufmerksamkeit ihres Publikums auf die Websites. Die Laienkommunikatoren im Internet filtern ihrerseits die Medienberichterstattung, indem sie auf ausgewählte Nachrichten verweisen. Und sie leisten einen Beitrag zur Qualitätsverbesserung der etablierten Medien, wenn sie diese als ‚Watch-blogs' kritisch begleiten. Professionelle Journalisten nutzen Suchmaschinen als Rechercheinstrument. Diese wiederum sind von den Inhalten abhängig, die Redaktionen im Internet veröffentlichen" (vgl. ebd., S.125).*

Daraus geht hervor, dass das Verhältnis zwischen professioneller (redaktioneller), partizipativer und technischer Vermittlung weniger als Konkurrenz zu beschreiben ist, sondern vielmehr eine Komplementarität zwischen den verschiedenen Vermittlungsstrukturen zu erkennen ist. Laut NEUBERGER unterscheiden sich die Angebote in einem so hohen

Maße, dass keine pauschalen Bewertungen angebracht sind (vgl. Neuberger in: Picot 2006, S.125f).
In Hinblick darauf erscheint es wichtiger zu erkennen, dass Weblogs für Journalisten von hohem Nutzen sein können, sofern sie richtig eingesetzt und genutzt werden. Peter PRASCHL, Herausgeber des Weblogs *Le Sofa Blogger* glaubt: *„Weblogs werden die alten Medien schlauer machen […] wenn sie schlau genug sind, sich damit zu beschäftigen“* (Peter Praschl, Weblog).

Neben der Thematisierung von Weblogs als Konkurrenz oder als Ergänzung existiert noch ein drittes Verhältnis, auf welches in dieser Arbeit besonderer Wert gelegt wird. Dieses dritte Verhältnis betrifft den Aspekt der Integration, nämlich jenen Aspekt, dass Journalisten selbst Weblogs eröffnen können oder auch Redaktionen mit Bloggern kooperieren können. In einer Studie von NEUBERGER wurde untersucht, ob Redaktionsmitglieder in Deutschland selbst Weblogs betreiben. In 15% der Fälle (n=87) bloggen Redaktionsmitglieder bzw. Journalisten selbst. In den meisten Fällen (8%) wird der Weblog auf der Website des Medienunternehmens gehostet. Zu 6% werden Weblogs privat eingerichtet und betrieben und in 1% der Fälle bloggen Journalisten sowohl redaktionell als auch privat (vgl. Neuberger/Nuernbergk/Rischke in: Media Perspektiven 2/2007, S.110).

In Hinblick darauf erscheint es als interessant, wie häufig Weblogs genutzt werden, die in Websites von Medienunternehmen eingebettet sind. In einer Studie von NIELSEN/ NetRatings wurden die zehn meist besuchten US-amerikanischen Webseiten von Tageszeitungen im Jahr 2006 auf die Nutzung der Weblogs hin untersucht. Diese konnten einen Anteil von 13% an der Gesamtnutzung aller Besucher verzeichnen. Im Vorjahresmonat betrug die Nutzung derselben Blogs erst 4%. Demnach steig die Nutzung von Weblogs von Zeitungen deutlich um 210%, wobei anzumerken st, das die Gesamtnutzung der Webseiten derselben Zeitungen lediglich um 9% angestiegen ist (vgl. ebd., S.110).

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass zwischen Weblogs und dem traditionellen Journalismus in erster Linie eine komplementäre Beziehung besteht. Derzeit scheinen immer mehr Redaktionen den Nutzen und Wert der neuen Formen der Nutzerbeteiligung erkannt zu haben, und auch die Integration von Weblogs professioneller Journalisten in das Online-Angebot traditioneller Medien findet Umsetzung.

Empirische Studie

5. Ziel der Untersuchung und Forschungsfragen

5.1. Problemstellung

Da das Weblog-Phänomen um 2004 seinen Aufschwung erfuhr, war es zur damaligen Zeit in aller Munde. Allerdings war dies die Zeit, in der die Nutzung von Weblogs im österreichischen Raum noch wenig Verbreitung erfuhr. Was in den folgenden Jahren – jedoch meist in anderen Ländern – passierte, war großteils in Zeitschriftenartikeln zu lesen. Allerdings wurden hier die Themen keineswegs derart detailliert dargestellt, wie es sich diese Arbeit zur Aufgabe gemacht hat. Denn im Vergleich zu den Blogger-Szenen einiger anderer Länder scheint die österreichische Blogger-Szene unterentwickelt. Es gibt nur wenig publizierte österreichische Literatur über die Blogosphäre und auch bei näherer Betrachtung österreichischer Medien-Blogs zeigt sich, dass es auch hier Nachholbedarf gibt.

5.2. Ziel der Untersuchung

Das Fehlen bekannter Untersuchungen über Motive, Intentionen und Handlungsweisen von bloggenden Journalisten führt zu der Frage, inwiefern diese mit dem Phänomen Weblog im täglichen (Redaktions-)Leben umgehen und welche Auffälligkeiten sich bei der Führung eines Journalistenblogs ergeben. Dies soll im Folgenden erörtert werden.

Der erste Punkt, der geklärt werden soll, ist welche Nutzungsmotive österreichische Journalisten aufweisen. Die Qualität – und Ethik als Teilbereich dieser – von Journalistenblogs ist bereits im theoretischen Teil erörtert worden. Durch die Studie soll überprüft werden, ob die Standards bzw. Anforderungen in Hinblick auf Qualität auch von österreichischen Journalisten eingehalten werden bzw. in welcher Weise sie diese überhaupt definieren. Um dies zu erheben steht in der Untersuchung die subjektive Wahrnehmung der Journalisten im Vordergrund. Hier geht es in erster Linie um eine Selbst- und Fremdeinschätzung der Journalisten bezüglich der eigenen Blogs, wie auch anderer Journalistenblogs und Weblogs von Nicht-Journalisten. Daraus wird eventuell auch abzuleiten sein, wie die Befragten ihre eigene Rolle als Journalist und Blogger („bloggender Journalist“) sehen und wie es sich in Hinblick darauf mit ihrem Rollenselbstverständnis verhält. Ein weiterer wichtiger Punkt ist hier die Einschätzung der Journalisten in Hinblick auf Weblogs von Nicht-Journalisten, da

sich daraus möglicherweise das Verhältnis von Bloggern und (bloggenden) Journalisten ableiten lässt.
Durch den dritten Aspekt soll herausgefunden werden, in welchem Umfang Weblogs als Quelle und Mittel journalistischer Berichterstattung verwendet werden, demnach inwiefern Weblogs als Werkzeug für die journalistische Arbeit genutzt werden. Hier wird in der Untersuchung nach den Zwecken für die Nutzung von Weblogs gefragt.
Letztlich gilt es noch zu erfassen, welche Einstellungen Journalisten hinsichtlich der österreichischen Blogosphäre im Vergleich zu traditionellen Medien haben; ob Weblogs als Konkurrenz zum Journalismus oder als Bereicherung für die journalistische Arbeit verstanden werden. Auch eine Einschätzung österreichischer Journalisten in Bezug auf einen eventuellen Nachholbedarf ist in Hinblick auf Journalisten-Weblogs sowie ihre Ausgestaltung und Häufigkeit der nationalen Medienunternehmen im internationalen Vergleich wünschenswert. Außerdem soll der Einfluss, den Weblogs heutzutage auf Journalisten und ihre Medien haben, erläutert werden. Hier geht man wieder von Einschätzungen aus, die die Journalisten durch eigene Erfahrungen zum Ausdruck bringen sollen.

Ziel der Untersuchung ist es zu klären, welche Blog-Nutzungsmotive österreichische Journalisten aufweisen, wie diese mit dem Thema Qualität in Weblogs umgehen, ob Weblogs heutzutage als Werkzeug journalistischer Berichterstattung verstanden werden und wie das Verhältnis der österreichischen Blogosphäre und traditionellen Medien definiert wird.

Diese empirische Untersuchung ist grundsätzlich für die nationale Forschung von Bedeutung, die Einschätzungen österreichischer Journalisten in Hinblick auf die Weblog-Thematik zu überprüfen, um zumindest eine Momentaufnahme darstellen zu können.

5.3. Forschungsfragen und Thesen

Um zuvor angesprochenen Vorhaben gerecht werden zu können, wurden vier thematische Komplexe erstellt, die folgende Themenbereiche umfassen:

- Fragen zum eigenen Weblog
- Qualität in Weblogs
- Weblogs als Werkzeug journalistischer Berichterstattung
- Die österreichische Blogosphäre und traditionelle Medien

In der Folge sollen die Forschungsfragen, die sich für die Studie als relevant ergeben haben festgehalten und innerhalb von Modulen dargestellt werden. Außerdem werden den Forschungsfragen thematisch die dazugehörigen Thesen zugeordnet, welche den Ausgangspunkt der empirischen Untersuchung bilden:

Forschungsfragen Modul 1 inklusive Thesen (Nutzungsmotive):
FF.1.1.: Aus welchen Gründen führen österreichische Journalisten ein Weblog? Was sind ihre Motive, Motivationen und Intentionen?
T.1.1.: Die Hauptmotivation österreichischer Journalisten und Journalistinnen für die Führung eines Weblogs ist, die Möglichkeit Inhalte zu veröffentlichen. Somit können sie neue bzw. andere Themen bearbeiten und durch die Recherche neue Themen erschließen. Dies gibt ihnen die Möglichkeit, sich in einem anderen Schreibstil und neuen Ausdrucksmöglichkeiten zu üben (inhaltlicher Aspekt).
T.1.2: Eine weitere Motivation ist der Aufbau bzw. Gewinn einer anderen/neuen Leserschaft. Die Feedbackmöglichkeit durch die Leserschaft wird von Journalisten besonders geschätzt. Außerdem ist ihnen der Kontakt mit Freunden, das Kennen lernen neuer Kommunikationspartner, demnach das Networking wichtig (sozialer Aspekt).
T.1.3.: Zusätzliche Motivationen für Journalisten sind der Spaß an dieser Form des Publizierens, Neugierde und Interesse an dem Weblogging-Bereich sowie die Kompetenzsteigerung in demselben (Eigeninteresse).

Forschungsfragen Modul 2 inklusive Thesen (Qualität in Weblogs):
FF. 2.1.: Welche journalistischen sowie internetspezifischen Qualitätskriterien werden in Journalisten-Blogs angewendet bzw. welche Maßstäbe werden zur Qualitätssicherung gesetzt?
FF. 2.2.: Was halten österreichische Journalisten von den im Internet kursierenden Vorschlägen für einen „Ethik-Kodex“ von Bloggern für Blogger?
FF. 2.3.: Lassen sich in Hinblick auf Qualität in Weblogs die Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten nach Ansicht österreichischer Journalisten vergleichen?
T. 2.1.: Journalisten achten bei der Führung ihres Weblogs stets auf journalistische Kriterien der Qualität, wie in ihrem Ursprungsmedium und schreiben der Einhaltung derselben allgemein hohe Bedeutung zu. Sie halten sich an die Kriterien der Unabhängigkeit, Sorgfalt, Wahrheit und Wahrhaftigkeit, Achtung von Menschenwürde, Persönlichkeitsrechten und Informantenschutz, Sicherheit, Sachlichkeit, Information, Richtigkeit und Transparenz. In

Hinblick auf die zwei internetspezifischen Kriterien, legen sie Wert auf Interaktivität, jedoch nicht auf das Kriterium der Aktualität. Allerdings werden die Kriterien der Objektivität, Unterhaltsamkeit und Verlässlichkeit in Blogs eher missachtet.

T. 2.2.: Für Journalisten spielt die Einhaltung ethischer Grundprinzipien im Internet die gleiche Rolle wie in traditionellen Medien. Nach Meinung der Journalisten ist die Blogosphäre allerdings auch durch den im Internet kursierenden Ethik-Kodex nicht in der Lage institutionalisierte Qualitätskontrolle zu ersetzen, obwohl eine freiwillige Selbstkontrolle durchaus erwünscht ist. Außerdem sind Journalisten dafür, dass Sanktionierungen bei Verstößen geltend gemacht werden sollen.

T. 2.3.: Nach Einschätzung der Journalisten achten diese mehr auf qualitative Berichterstattung, einerseits aufgrund ihres Rollenselbstverständnisses, andererseits weil sie näher bei den Themen von öffentlichem Interesse sind und bessere Fertigkeiten zur Einhaltung von Qualität haben. Demnach sind die Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten nicht vergleichbar. Allerdings sind sie der Meinung, dass die Konsequenzen bei Verstößen für Journalisten und Nicht-Journalisten gleich gehandhabt werden müssen, da das Internet in diesem Fall nicht unterscheidet.

Forschungsfragen Modul 3 inklusive Thesen (Weblogs als Werkzeug journalistischer Berichterstattung):

FF. 3.1.: Zu welchen Zwecken werden Weblogs heutzutage von Journalisten genutzt?

FF. 3.2.: Sind Weblogs zu einem Werkzeug für Journalisten geworden?

T. 3.1: Journalisten nutzen Weblogs in erster Linie zur Publikation der eigenen Inhalte. Es ist davon auszugehen, dass Journalisten Weblogs zur Recherche, zur Ideen- und Themenfindung, zur Information und zum Networking auch häufig nutzen. Journalisten nutzen Weblogs jedoch weniger als Mittel zur Meinungsbildung, zur Bestätigung von Fakten. Sie nutzen Weblog keineswegs zum Entdecken von „breaking news“ bzw. Skandalen.

T. 3.2.: Nach Meinung der Journalisten sind Weblogs noch nicht zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit geworden, da diese nicht ernst genug genommen werden.

Forschungsfragen Modul 4 (Die österreichische Blogosphäre und traditionelle Medien)

FF. 4.1.: Haben nach Meinung der Journalisten österreichische Medienunternehmen im internationalen Vergleich Nachholbedarf im Blogging-Bereich?

FF. 4.2.: Wie bewerten österreichische Journalisten die Annahme vieler Autoren über Weblogs als Gefahr für die klassischen Medien, sowie die Annahme, dass das wachsende

Interesse an Blogs mit der Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien einher geht?

FF. 4.3.: Hat sich der journalistische Alltag durch Weblogs verändert?

FF. 4.4.: Hat die österreichische Mediensituation (Konzentration, etc.) Einfluss auf die Entwicklung von Journalisten-Blogs?

T. 4.1: Nach Meinung der Journalisten haben österreichische Medienunternehmen Nachholbedarf im Weblog-Bereich. Sie sind der Meinung dass Österreich im Weblogging-Bereich und dem gesamten Online-Bereich einigen anderen Ländern unterlegen sind.

T. 4.2: Österreichische Journalisten sprechen der Annahme, Weblogs wären als eine Gefahr für den Journalismus zu verstehen, ihren Wahrheitsgehalt ab. Journalisten sind außerdem nicht der Meinung, dass die Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien mit dem steigenden Interesse an Blogs einhergeht. Gründe dafür sind das Bedürfnis nach Orientierung, und vorsortierter Information seitens der Leser und das Vertrauen in Medienmarken. Sie verstehen Weblogs viel eher als Bereicherung oder Ergänzung für klassische Medien.

T. 4.3.: Da Weblogs derzeit noch einen zu geringen Einfluss (besonders in nationaler Hinsicht haben), hat sich der journalistische Alltag nicht oder in nur geringem Maße durch Blogs verändert.

T. 4.4.: Journalisten sind nicht der Meinung, dass die österreichische Mediensituation besonderen Einfluss auf die Entwicklung von Journalisten-Blogs hat. Sie sehen hier keinen Zusammenhang.

Thesen	*Modul*	*Inhalt*
T.1.1; T.1.2; T.1.3	1	Nutzungsmotive
T.2.1; T.2.2; T.2.3	2	Qualität (und Ethik) in Weblogs
T.3.1 und T.3.2	3	Weblogs als Werkzeug journalistischer Berichterstattung
T.4.1; T.4.2; T.4.3; T.4.4	4	Die österreichische Blogosphäre und traditionelle Medien

Tabelle 13: Thematische Module

Die oben angeführten Forschungsfragen dienen als Grundlage für die Fragen des Interviews. Folgende Tabelle veranschaulicht die zu den Modulen dazugehörigen Fragen (siehe Anhang):

Modul	*Inhalt*	*Fragen*
1	Fragen zum eigenen Weblog	1-4
2	Qualität (und Ethik) in Weblogs	5-12

3	Weblogs als Werkzeug journalistischer Berichterstattung	13-15
4	Die österreichische Blogosphäre und traditionelle Medien	16-20

Tabelle 14: Zuordnung der Fragen zu thematischen Modulen

6. Entwicklung des Untersuchungsinstruments

6.1. Untersuchungsgegenstand

Die Untersuchung bezieht sich auf die österreichische Blogosphäre von Journalisten-Blogs, die sich derzeit durch eine verhältnismäßig geringe Anzahl vorhandener Journalisten-Weblogs konstituiert. Als Untersuchungsgegenstand werden die Einstellungen bzw. Aussagen der Interviewpartner zu bestimmten Themen definiert. Es handelt sich in erster Linie um Einstellungen, Beobachtungen, Handlungen und Wissen der Interviewpartner.

6.2. Untersuchungsmethoden

Als Untersuchungsmethoden lassen sich zwei Methoden darstellen: Die Methode der Erhebung sowie die Methode der Auswertung, auf die in der Folge eingegangen werden soll.

6.2.1. Erhebungsmethode: Experteninterview

In dieser empirischen Untersuchung wird eine Methode der persönlichen Befragung, das Experteninterview, gewählt. Sozialwissenschaftler erforschen soziale Kontexte, wie hier beispielsweise die Verwendungsweise von Weblogs durch Journalisten, gehören jedoch den von ihnen untersuchten Kontexten meist nicht an. Das Wort „Experte“ wird für jene Menschen verwendet, die über ein besonderes Wissen verfügen, hier für bloggende österreichische Journalisten. In diesem Sinne werden diese Begriffe hier verwendet: *„Experten sind Menschen, die ein besonderes Wissen über soziale Sachverhalte besitzen, und Experteninterviews sind eine Methode, dieses Wissen zu erschließen“* (Gläser 2004, S. 10).

Es besteht ein erheblicher Unterschied darin, ob die Interviews als Einzel- oder Gruppeninterviews geführt werden. Bei der empirischen Studie war es zweckmäßig sich für Einzelinterviews zu entscheiden, da der Interviewer die Aufgabe hat zu erkunden, über welches Wissen der Experte verfügt, um es dann für sich selbst erschließen zu können. Diese Aufgabe lässt sich allerdings effizienter lösen, wenn sich der Interviewer auf einen Gesprächspartner konzentrieren kann. Dies ist auch daher von Vorteil, um Einflüsse anderer Befragter und den Effekt der „sozialen Erwünschtheit“ zu vermeiden und dadurch an genauere, aussagekräftigere Informationen zu kommen.

Eine Unterscheidung der Interviews kann auch nach der Technik der Datenerhebung erfolgen. Hier soll der Grad der Standardisierung erläutert werden. Anhand des Standardisierungsgrades kann man Interviews unterschieden in

- (voll)standardisierte Interviews, bei welchen die Fragen des Interviewers, als auch die Antwortmöglichkeiten für den Befragten bei jedem Interview exakt gleich sind. Demnach stehen im Fragebogen fest formulierte Fragen in einer bestimmten Reihenfolge. Hier ist es dem Befragten unmöglich, seine Antworten selbst zu formulieren, er muss eine der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten auswählen.
- Halbstandardisierte Interviews, bei welchen zwar die Fragen des Interviewers feststehen, die Antwortmöglichkeiten für den Befragten jedoch offen bleiben.
- Nichtstandardisierte Interviews, bei welchen weder die Fragen des Interviewers, noch die Antwortmöglichkeiten standardisiert sind (vgl. ebd., S. 38f).

Diese Untersuchung arbeitet mit nichtstandardisierten Interviews - die in der qualitativen Sozialforschung den qualitativen Erhebungsmethoden zuzuordnen sind – da es sich in erster Linie um dem Interviewer unbekanntes Wissen der Experten handelt. Das Interview setzt sich aus Themenbereichen zusammen, die Antwortmöglichkeiten bleiben dadurch völlig offen. Dafür wurde die Methode des Leitfadeninterviews gewählt, welche mit vorgegebenen Themen und einer Frageliste - dem Leitfaden – arbeiten (siehe Anhang).

Diese Methode empfiehlt sich vor allem

- wenn in einem Interview mehrere unterschiedliche Themen behandelt werden sollen, welche durch das Ziel der Untersuchung, nicht durch die Antworten des Befragten bestimmt werden, und
- wenn durch das Interview einzelne, genau bestimmbare Informationen erhoben werden müssen (vgl. ebd., S. 107).

Beide Punkte treffen auf Experteninterviews zu, da es darin um die Rekonstruktion sozialer Prozesse geht.

Ein Leitfaden enthält jene Fragen, die in jedem Interview beantwortet werden müssen, wobei weder die Reihenfolge, noch die Frageformulierungen verbindlich sind. Da das Interview einem natürlichen Gesprächsverlauf so nahe wie möglich gebracht werden sollte, ist es dem Interviewer frei, Fragen auch außerhalb der Reihenfolge zu stellen, wenn diese besser in den Gesprächsverlauf passen (vgl. ebd., S. 39). Dies war in Hinblick auf die Interviews mit den bloggenden Journalisten von Vorteil, da sich im Gesprächsfluss sehr oft Fragen ergeben haben, die im Leitfaden an einer anderen Stelle gereiht waren. Interviewpartner kommen oftmals selbst auf ein Thema zu sprechen, welches im Leitfaden an anderer Stelle

aufgegriffen werden würde, doch es wäre unsinnig sie von dort wieder weg zu lenken, da sie das Gespräch auf neue Gesichtspunkte richten können. Außerdem kann die vollständige Beantwortung einer Frage oft nur durch Nachfragen erreicht werden, die im Leitfaden nicht vorkommen. Somit ist der Leitfaden eher als eine Richtschnur zu verstehen, die die unbedingt zu stellenden Fragen enthält.

Ein weiterer wesentlicher Aspekt der Befragung ist die Art der Kommunikation. Es bedarf bereits ab dem ersten In-Kontakt-Treten vertrauensbildender Maßnahmen, da der Interviewpartner zur Kooperation bewegt werden soll, das Interview freiwillig führt und jederzeit davon zurücktreten kann. Die Handlungen des Interviewers sollten demnach darauf ausgerichtet sein, das erforderliche Gesprächsklima bei jedem Kontakt mit dem (potenziellen) Interviewpartner herzustellen, aufrecht zu erhalten und auch im Interview weiter zu führen (vgl. ebd., S. 110f). Da die hoch reaktive Form des persönlichen Interviews immer von äußeren Einflüssen, zeitlichen und örtlichen Gegebenheiten abhängt, ist eine Beeinflussung des Befragten von dem Fragenden nicht immer grundlegend zu vermeiden, jedoch wurden die Interviews für die Befragten möglichst so ausgerichtet, dass eine Beeinflussung möglichst gering gehalten wurde. Die Interviews fanden bis auf eine Ausnahme alle in der jeweiligen Redaktion des Gesprächspartners, d.h. in seiner gewohnten Umgebung, statt und wurden tagsüber und in möglichst ruhiger Atmosphäre geführt. Ein Interview wurde in einem Cafè in der Nähe der Redaktion geführt, da es für den Befragten zum Zeitpunkt und für die Dauer des Interviews nicht möglich war, in der Redaktion einen Besprechungsraum zu erhalten. Das Verhalten bzw. die Mimik und Gestik des Interviewpartners wurden beobachtet und gegebenenfalls protokolliert.

Im Falle der empirischen Untersuchung wurde die Variante der Aufzeichnung des persönlichen Gesprächs auf Tonband gewählt, wobei die Interviews anschließend transkribiert wurden (Anm.: wörtliche Transkription: siehe Kap. 8.1.2.)

Hier sollen in aller Kürze die Probleme angesprochen werden, die bei den Interviews aufgetreten sind. In erster Linie soll angemerkt werden, dass die Befragten als „Experten“ für die Thematik zu gelten haben, da sie alle der Bezeichnung „bloggender Journalist“ zuzuschreiben sind und über Wissen über soziale Kontexte der Thematik verfügten. Themenverfehlungen kamen in den Interviews nicht vor, allerdings wurde in einem Interview zwischen den Rollen „Experte“ und „Privatperson“ gewechselt. Im selben Interview kam es zusätzlich auch zeitweise zu Monologen, die zu Steuerungsproblemen seitens der Interviewerin führten.

6.2.2. Auswertungsmethode: Qualitative Inhaltsanalyse

Grundsätzlich existieren für die Auswertung im Bereich der qualitativen Forschung mehrere Auswertungsverfahren. Für die vorliegende Forschungsarbeit wird das Verfahren der *Qualitativen Inhaltsanalyse* gewählt, da Inhaltsanalyse eine primär kommunikationswissenschaftliche Technik darstellt und daher am sinnvollsten erscheint. Quantitative Inhaltsanalyse, die der qualitativen vorhergeht, beachtet jedoch vier wesentliche Aspekte zu wenig:

- *„den Kontext von Textbestandteilen;*
- *Latente Sinnstrukturen;*
- *Markante Einzelfälle;*
- *Das, was im Text nicht vorkommt“ (Mayring 2002, S. 114).*

Für die Analyse der Experteninterviews erscheinen alle vier oben angeführten Aspekte als wesentlich. Außerdem kann das Verfahren nur angewendet werden, wenn nicht der Text der Untersuchungsgegenstand ist, wie im Falle der bloggenden Journalisten. Da sich die qualitative Inhaltsanalyse besonders eignet, um aus Texten Beschreibungen sozialer Sachverhalte zu entnehmen, wie es in Hinblick auf die empirische Studie als sinnvoll erscheint, wird die qualitative Inhaltsanalyse als Analyseverfahren für die vorliegende Studie als sinnvoll und zweckmäßig betrachtet.

Die *Qualitative Inhaltsanalyse* will ihr Material in Einheiten zerlegen, welche sie im Anschluss nacheinander bearbeitet, demnach versucht sie Texte systematisch zu analysieren. Dadurch ist sie streng methodisch kontrolliert, weil sie ihr Material schrittweise analysiert. Dabei steht ein theoriegeleitetes Analyseinstrument, das Kategoriensystem, im Vordergrund. Dieses wird am Material und der Theorie selbst entwickelt und legt diejenigen Aspekte fest, die aus dem Material herausgearbeitet werden sollen.

Die qualitative Inhaltsanalyse baut vorwiegend auf vier Grundsätzen auf:

- *„Eine qualitative Inhaltsanalyse darf die Vorzüge quantitativer Techniken, wie sie im Bereich der Kommunikationswissenschaften entwickelt wurden, nämlich deren systematisches Vorgehen, nicht aufgeben. Sonst muss sie sich Vorwürfe des Impressionistischen, des Beliebigen machen.*
- *Eine qualitative Inhaltsanalyse darf ihr Material nicht isoliert, sondern als Teil einer Kommunikationskette verstehen. Sie muß [sic!] es in ein Kommunikationsmodell einordnen.*

- *Viele Grundbegriffe quantitativer Inhaltsanalyse lassen sich auch in einer qualitative Inhaltsanalyse beibehalten. So vor allem die Konstruktion und Anwendung eines Systems von Kategorien als Zentrum der Analyse.*

- *Eine qualitative Inhaltsanalyse muß [sic!] sich wie jede wissenschaftliche Methode an Gütekriterien überprüfen lassen" (Mayring 2002, S. 27).*

Generell kann es als ein Vorteil gesehen werden, dass die qualitative Inhaltsanalyse die grundlegenden Stärken der quantitativen Inhaltsanalyse beibehält, um so Verfahren systematischer qualitativ orientierter Textanalyse zu entwickeln. Dies wird im nächsten Teil der Arbeit entwickelt und veranschaulicht. In der Folge sollen einige Punkte festgehalten werden, welche bei der qualitativen Inhaltsanalyse beachtet werden sollen:

Einbettung des Materials in den Kommunikationszusammenhang

Inhaltsanalytische Vorgehen haben zum Vorteil, dass das Material immer in seinem Kommunikationszusammenhang verstanden wird. Deshalb muss angegeben werden, auf welchen Teil im Kommunikationsprozess man seine Schlussfolgerungen aus der Analyse des Materials beziehen möchte. Der Text wird demnach immer innerhalb seines Kontextes interpretiert, und das Material wird zudem auf seine Entstehung und Wirkung hin überprüft. (vgl. Mayring 2002, S. 42).

Systematisches, regelgeleitetes Vorgehen

Das systematische Vorgehen der Inhaltsanalyse zu bewahren ist von besonderer Wichtigkeit, das bedeutet sich an vorab fixierten Regelen der Textanalyse zu orientieren. Dabei gilt es mehrere Punkte zu beachten. Der zentralste dabei ist die *Festlegung eines konkreten Ablaufmodells* der Analyse. Da die Inhaltsanalyse ein Instrument ist, das immer an sein Material, an die konkrete Fragestellung sowie an den Gegenstand angepasst werden muss, soll dies vorab in einem Ablaufmodell festgelegt werden (vgl. Mayring 2002, S. 42f)., welches für diese Studie nun dargestellt werden soll:

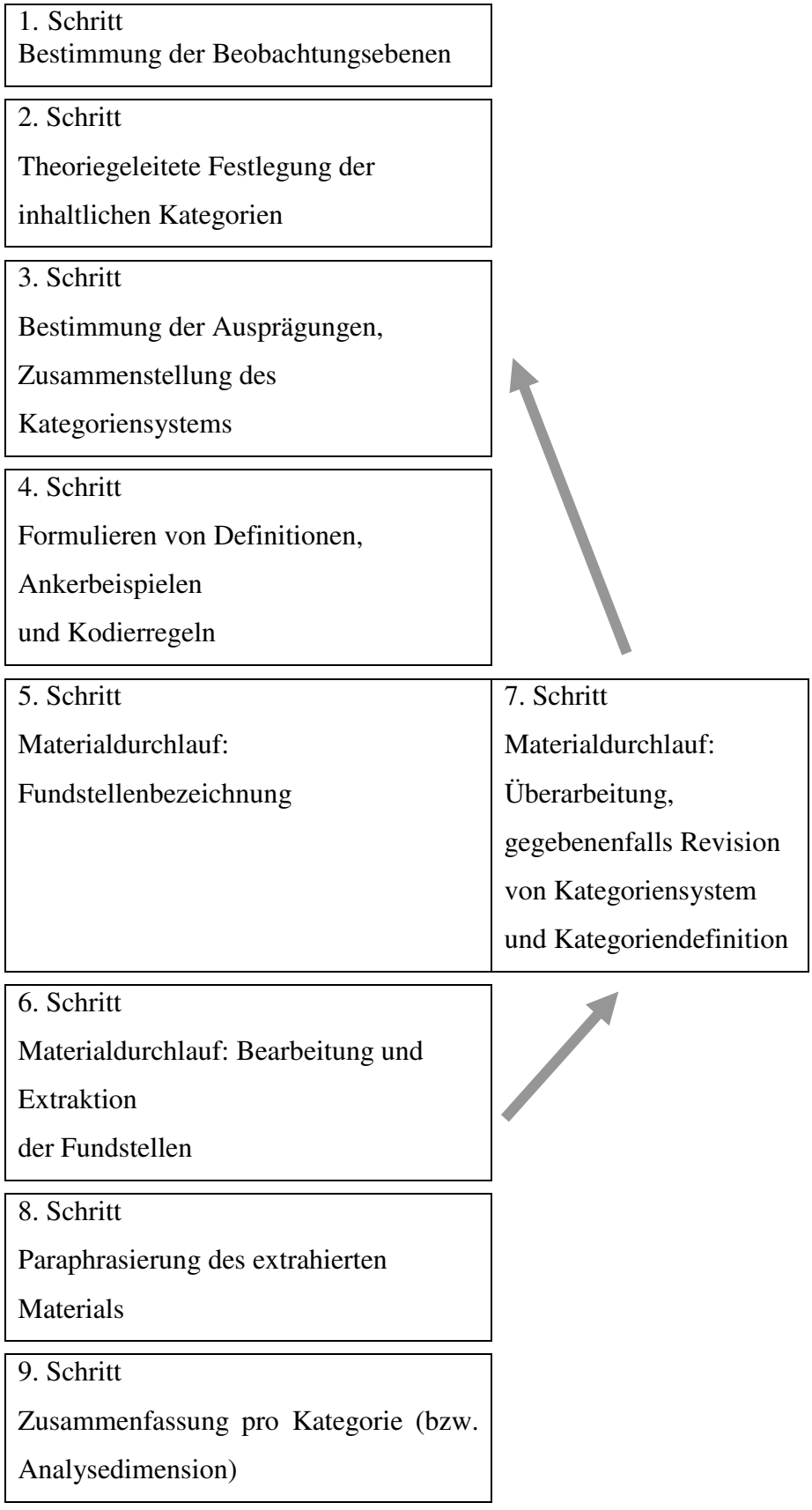

Abbildung 4: Ablaufmodell der inhaltlichen Strukturierung *(Eigendarstellung, jedoch anhand von Mayring, 2008 entwickelt)*

Durch die Vorgabe des regelgeleiteten Vorgehens müssen immer wieder *Regeln* festgelegt werden. Jeder Analyseschritt sowie jede Entscheidung, die im Auswertungsprozess getroffen wird, muss auf eine getestete und begründete Regel zurückgeführt werden können (siehe Kodierregeln im Anhang).

Kategoriensystem

Der zentrale Punkt der quantitativen Inhaltsanalyse ist das Kategoriensystem. Aber auch in der qualitativen Inhaltsanalyse ist es wichtig, die Ziele der Analyse in Kategorien zu konkretisieren. Demnach kann das Kategoriensystem als das zentrale Instrument der Analyse verstanden werden. Durch dieses kann Nachvollziehbarkeit gewährleistet werden. Die qualitative Inhaltsanalyse legt besonderes Augenmerk auf die Kategorienbildung und ihre Begründung (Kategoriensystem: siehe Anhang).

Gegenstandsbezug

Bei der qualitativen Inhaltsanalyse ist es von Bedeutung die Analyse am konkreten Gegenstand anzubinden. Die Verfahrensweise ist am alltäglichen Umgang mit sprachlichem Material orientiert. Durch die der qualitativen Inhaltsanalyse zugrunde liegenden Verfahren der Zusammenfassung, der Explikation und der Strukturierung, zeigen, dass der Gegenstand im Vordergrund steht. Wichtig dabei ist, dass die Verfahrensweisen keineswegs als Techniken zu verstehen sind, die übertragbar wären, denn die Adäquatheit muss am jeweiligen Material bewiesen werden (vgl. Mayring 2002, S. 44).

Überprüfung der Instrumente durch Pilot-Studien

In quantitativer Forschung werden zur Analyse voll-standardisierte Instrumente herangezogen, wobei in qualitativen Studien die Instrumente durch Pilotstudien getestet werden müssen. Dies gilt nicht nur für das Erhebungsinstrument, sondern ebenfalls für die Entwicklung des Kategoriensystems. Probedurchläufe müssen auch im Forschungsbericht dokumentiert werden (siehe Ablaufmodell).

Theoriegeleitetheit der Analyse

In qualitativer Forschung müssen theoretische Argumente herangezogen werden, um technische Unschärfen ausgleichen zu können. Der Stand der Forschung zum Gegenstand wird systematisch bei allen Verfahrensentscheidungen herangezogen, um die Theoriegeleitetheit der Analyse zu gewährleisten (vgl. Mayring 2002, S. 45).

Einbezug quantitativer Analyseschritte

Wie schon zuvor betont, wird eine Integration qualitativer und quantitativer Verfahrensschritte angestrebt. Deshalb ist es wichtig, im Analyseprozess jene Punkte anzugeben, bei welchen es sinnvoll erscheint, quantitative Schritte zu integrieren. Im Anschluss sollten diese Punkte detailliert begründet und die Ergebnisse ausführlich interpretiert werden. Als besonders hilfreich erweisen sich quantitative Analyseschritte, wenn es um die Verallgemeinerung von Ergebnissen geht (vgl. Mayring 2002, S. 45).

Gütekriterien

Aufgrund der Tatsache, dass die methodischen Standards quantitativer Analyse in einigen Punkten aufgeweicht wurden, ist die Einschätzung der Ergebnisse nach den Gütekriterien qualitativer Inhaltsanalyse, wie Objektivität, Reliabilität und Validität, besonders wichtig. Diese sollen in Folge in Hinblick auf die Untersuchung erläutert werden.

Die vorliegende Methode ist *objektiv*, da die Interviewerin weder persönliche Präferenzen in Hinblick auf die Befragten oder deren Ursprungsmedien aufweist und die objektive Rolle der Interviewerin gegenüber der subjektiv-erwünschten Sichtweise der Journalisten einnimmt. Des Weiteren kann man von *Reliabilität* sprechen, wenn die Interviews persönlich durchgeführt werden und die Teilnahme der Journalisten an der Befragung durch ihr eigenes Interesse an der Studie und deren Ergebnissen erfolgt. Eine Untersuchung ist valide, wenn ihre Instrumente tatsächlich das messen, was sie zu messen vorgeben. Das Kriterium der *Validität* ist dann erreicht, wenn eindeutig ist, dass das Untersuchungsergebnis auf die Forschungshypothesen bezogen werden kann, die Untersuchung sinnvoll und vollständig durchgeführt und ausgewertet wird und die treffenden Fragen gestellt werden.

Auf Fragen zu Werten, Ethik und Qualität sind in der Regel valide Antworten zu erwarten, da die Journalisten durch ihr traditionell geprägtes Selbstverständnis darauf antworten werden, während dies etwa bei Fragen nach Häufigkeiten durch Erinnerungsprobleme und Schätzungen nicht der Fall sein muss. Die Validität der Ergebnisse kann unter Umständen vom Effekt der „sozialen Erwünschtheit“ beeinträchtigt werden, der vor allem bei Fragen nach Verhaltensweisen auftreten kann, da Journalisten ihr Berufsselbstverständnis vermutlich nicht ausblenden und die Befragung nicht anonymisiert ist. Da die Maßnahme der Anonymisierung der Befragung in dieser Studie nicht durchgeführt werden kann, sind Verzerrungen dieser Art nicht vorzubeugen.

Außerdem soll die Studie im Besonderen der nationalen Forschung dienen, da auf diesem Gebiet in Hinblick auf Österreich im Vergleich zu anderen Ländern nur wenige Publikationen vorliegen. Aus diesem Grund wird die Studie für die Forschung als relevant angesehen.

7. Durchführung der Untersuchung

Die Untersuchung startete mit der Interviewphase ab 9. Juni bis 23. Juli 2008. In diesem Zeitraum wurden acht Experteninterviews mit bloggenden Journalisten persönlich durchgeführt. Die Dauer der Interviews belief sich auf 30 Minuten bis ca. eine Stunde. Die acht Journalisten unterteilten sich in 2 weibliche und 6 männliche Befragte.

7.1. Kriterien für die Auswahl der Befragten

Bei der Auswahl der Interviewpartner für die empirische Untersuchung wurde von mehreren Kriterien ausgegangen. In erster Linie kommen österreichische Journalisten in Frage, die ein eigenes Weblog führten. Als (potenzielle) Interviewpartner galten lediglich jene Journalisten, die zum Zeitpunkt der Befragung bei einem österreichischen Medium aus dem Printbereich tätig waren. Die Art des Beschäftigungsverhältnisses der bloggenden Journalisten (Angestellte, Werkvertrag, freie Journalisten, etc.) erscheint für die Studie als irrelevant. Außerdem war die Tatsache von Bedeutung, dass diese zum Zeitpunkt der Befragung ein aktives Blog führen. Sollte das Blog als inaktiv gelten bzw. bereits deaktiviert sein, konnten diese Journalisten nicht an der Befragung teilnehmen. In Hinblick auf die Auflage und der Reichweite der jeweiligen Medien waren keine Einschränkungen wichtig, da es sich nicht um das Ursprungsmedium, sondern um das Weblog handelte.

Hinsichtlich dieser Kriterien waren zwei Aspekte für die Untersuchung wesentlich, nämlich die Verfügbarkeit und Bereitschaft zur Teilnahme der Journalisten. Durch diese Aspekte kam es nach der Aussendung der Teilnahme an der empirischen Studie bereits zu einigen Einschränkungen an potenziellen Interviewpartnern.

Letztlich gilt es noch zu erwähnen, dass es von Bedeutung schien, dass sich Interviewerin und Interviewpartner nicht persönlich kennen, da vorhandene persönliche Beziehungen die Interviewsituation verändern können. In Hinblick darauf wurde deutlich, dass eine Distanz zwischen den Gesprächspartnern notwendig ist. Diese notwendige Distanz war bei allen Interviews vorhanden und wurde als vorteilhaft wahrgenommen.

7.2. Zusammensetzung der Untersuchungsgruppe

Die Probanden wurden nach unersuchungsrelevanten Kriterien selektiert, die in der Folge dargestellt werden sollen:

Anzahl der Befragten gesamt: 8 Personen

Altersgruppe: 27-51

Geschlecht: 6 männlich/2 weiblich

Beruf: Journalisten (Redakteure)

Anstellungsverhältnis: angestellte und freie Journalisten

Führung eines Weblogs: bei allen 8 Befragten gegeben, Weblogs gelten als aktiv

Probanden	Fall	Geschlecht		Alter	Bildung	Beruf	Anstellungsverhältnis
		w	m				
P01	A	1		32	Universität	Journalistin	freier Journalist
P02	B		1	27	Universität	Redakteur	Angestellt
P03	C		1	50	Matura	Redakteur	Angestellt
P04	D		1	51	Universität	Stv. Chefredakteur	Angestellt
P05	E		1	35	Matura	Journalist	freier Journalist
P06	F	1		42	Matura	Journalistin	Werkvertrag
P07	G		1	44	Universität	Chefredakteur; GF	Angestellt
P08	H		1	45	Matura	Redakteur	Angestellt
Summe		2	6	A = 27-51	M=4; U=4	J=3; CR=2; R=3	a=5; f=2; W=1

Tabelle 15: Zusammensetzung der Untersuchungsgruppe

7.3. Untersuchungsphasen

Die Untersuchung setzt sich aus der präkommunikativen, der kommunikativen und der post-kommunikativen Phase zusammen. Die präkommunikative Phase wird in der Untersuchung nicht erfasst, da sie für die Untersuchung als irrelevant erscheint. Hier soll lediglich beschrieben werden, wie während dieser Phase vorgegangen wurde. Die kommunikative Phase betrifft die Bereiche des In-Kontakt-Tretens zuzüglich der Kontaktaufrechterhaltung mit den Journalisten. Im Fokus dieser Untersuchung liegt allerdings die postkommunikative Phase, in welcher die Interviews erfolgten.

7.3.1. Präkommunikative Phase

Die präkommunikative Phase der Untersuchung begann mit der Recherche möglicher Interviewpartner. Es kamen demnach nur Journalisten in Frage, welche ein Weblog führten.

Anschließend erfolgte die Dokumentation und Sortierung der bloggenden Journalisten und URL-Adressen. Anschließend wurden die einzelnen Weblogs auf ihre Aktivität[34] hin überprüft. Die nochmalige Recherche war vor allem notwendig um Kontaktdaten der potenziellen Befragten zu erhalten.

7.3.2. Kommunikative Phase

Die kommunikative Phase begann ab dem Zeitpunkt des In-Kontakt-Tretens mit den Journalisten. Dieser Kontakt wurde durch eine E-Mail-Aussendung[35] hergestellt. Anschließend wurden die retournierten E-Mails beantwortet und die vorgeschlagenen Interviewtermine fixiert.

7.3.3. Postkommunikative Phase

Im Anschluss an die kommunikative Phase wird in der postkommunikativen Phase das oben beschriebene Interview geführt. Dieses Interview setzt sich aus offenen Fragen zusammen, wo es wichtig ist, dass der Befragte die Möglichkeit hat, sich zu dem jeweiligen Thema weitgehend zu äußern. Der Kommunikationsfluss darf bei einem Interview mit offenen Fragen nicht gestört werden, da sich so interessante Details ergeben können, die bei einem strikteren Fragebogen möglicherweise nicht in Erfahrung gebracht werden können.

Bei einem vorangegangenen Pretest stellte sich heraus, dass einige Formulierungen der Fragen im Redefluss aufgrund ihrer Komplexität als störend empfunden wurden. Die Anzahl der Fragen und das nochmalige Eingehen auf Details durch Zwischenfragen kamen jedoch gut an. Das Interview wurde absichtlich so offen wie möglich geführt, um eine Gesprächssituation herbeizuführen. Nach dem Pretest wurden einige Fragen dem Redefluss gemäß umformuliert bzw. angepasst.

7.4. Leitfaden für das Experteninterview

Spezifisch setzt sich das Interview aus 20 Hauptfragen und weiteren 28 Unterfragen zusammen. Die untergeordneten Fragen sind optional, also je nachdem wie der Befragte die übergeordnete Frage beantwortet, nach eigenem Ermessen der Interviewerin, zu stellen. Nicht jede der untergeordneten Fragen wird demnach bei jedem Interview gestellt. Häufig ergeben

[34] Mit Aktivität ist in diesem Fall, die Aktivität eines Weblogs gemeint. Genauer heißt dies, dass das Blog regelmäßig aktualisiert wurde, um als Blog gelten zu können.
[35] Diese E-Mail Aussendung findet sich im Anhang.

sich aus der Beantwortung einzelner Fragen weitere Zusatzfragen, die nicht aufgelistet werden, da sie spontan aus dem Gespräch entstehen. Die Fragestellungen des Leitfadeninterviews beziehen sich in erster Linie auf die Analysedimensionen, die sich vier Beobachtungsebenen zuordnen lassen. Sie werden im Leitfaden gereiht, um einen flüssigen Gesprächsablauf zu gewährleisten (siehe Leitfaden im Anhang).

8. Datenaufbereitung und Auswertungsverfahren

Im folgenden Kapitel soll festgehalten werden in welchen Schritten die Aufbereitung des Materials stattfand und welche Aspekte hierbei zu beachten waren.

8.1. Aufbereitung des Materials

Durch Erhebungsverfahren – wie etwa jenes der vorliegenden Arbeit, welches zuvor thematisiert wurde – startet man den Versuch, Informationen zu erlangen. Da dieses Material jedoch erst festgehalten, aufgezeichnet, aufbereitet und geordnet werden muss, soll es an dieser Stelle zu einer Erläuterung der Aufbereitung des Materials kommen. Aus diesem Grund sollen in Hinblick auf die qualitative Forschung drei Themenbereiche der Material-aufbereitung zusätzlich angesprochen werden:

- Die Wahl der Darstellungsmittel
- Die Techniken der Protokollierung
- Die Konstruktion deskriptiver Systeme (vgl. Mayring, 2002, S. 85)

Die hier angeführten Themenbereiche sollen nun zur Sprache kommen, um eine möglichst differenzierte und gegenstandsadäquate Deskription zu erreichen, bevor mit der Auswertung begonnen wird.

8.1.1. Wahl der Darstellungsmittel

Die persönlich geführten und mittels Diktiergerät aufgezeichneten Interviews wurden anschließend transkribiert. Da es sich nicht um Fragen handelte, bei welchen man grafische oder audiovisuelle Darstellung zum leichteren Verständnis benötigen würde, ist das wesentliche Darstellungsmittel der Text („wörtliche Transkription“).

8.1.2. Techniken der Protokollierung

Für die Aufbereitung des Materials wurde zwischen vier unterschiedlichen Protokollierungs-techniken gewählt:

- Wörtliche Transkription
- Kommentierte Transkription
- Zusammenfassendes Protokoll
- Selektives Protokoll

Um die Wahl der Protokollierungstechnik besser begründen zu können, sollen nun die vier Arten kurz erklärt werden.

Der Grundgedanke der *wörtlichen Transkription* ist, dass eine vollständige Textfassung des verbal erhobenen Materials erstellt wird, welches als Basis einer ausführlichen interpretativen Auswertung bildet. Die *kommentierte Transkription* funktioniert ähnlich, allerdings werden hier zusätzliche Informationen, die über das wörtliche Protokoll hinausgehen, festgehalten. Diese können Pausen, Betonungen oder Besonderheiten in der Sprache durch Sonderzeichen kommentieren. Außerdem können zusätzliche Kommentare nach bestimmten Kriterien in einer Spalte neben dem Text vermerkt werden. Das *zusammenfassende Protokoll* will das Allgemeinheitsniveau des Materials vereinheitlichen und schrittweise höher setzten. Diese Technik wird dann verwendet, wenn man in erster Linie an der inhaltlich-thematischen Seite des Materials interessiert ist und die Fülle des Materials nicht anders zu bearbeiten imstande ist. Das *selektive Protokoll* verwendet man bei großer Materialfülle mit viel Überflüssigem und Abschweifendem, wobei die Auswahlkriterien dabei genau festgelegt und eingehalten werden müssen (vgl. Mayring 2002, S. 89-99).

Die für diese Untersuchung gewählte Technik der Protokollierung der Experteninterviews war die „wörtliche Transkription". Für die wörtliche Transkription stehen drei unterschiedliche Techniken zur Verfügung:

- *„das Internationale Phonetische Alphabet, um alle Dialekt- und Sprachfärbungen wiederzugeben;*
- *die literarische Umschrift, die auch Dialekt im gebräuchlichen Alphabet wiedergibt;*
- *die Übertragung in normales Schriftdeutsch" (Mayring 2002, S. 91).*

Die Technik des Arbeitens mit dem *Internationalen Phonetischen Alphabet* (IPA) ist hier die exakteste, da man damit alle Arten von Dialekt und Sprachfeinheiten festhalten kann. Diese Arbeit ist allerdings nicht an sprachlichen Färbungen interessiert, sondern will sich lediglich mit der inhaltlich-thematischen Struktur befassen, demnach ist diese Ausprägung der wörtlichen Transkription nicht zu wählen. Die *literarische Umschrift*, nämlich jene Art der Protokollierung, die den Dialekt mittels des gebräuchlichen Alphabets wiedergibt, ist ebenfalls für diese Arbeit nicht von Vorteil, da sie aufgrund des Festhaltens des Dialekts und der dadurch auftretenden schwierigen Lesbarkeit und Nachvollziehbarkeit, irrelevant erscheint. Aus diesen Gründen wird die *Übertragung in normales Schriftdeutsch* gewählt, da diese Technik der Protokollierung am sinnvollsten erscheint. Diese ist die weitestgehende Protokolltechnik, da man dadurch leichtere Lesbarkeit erreicht. Für die Arbeit ist sie von Vorteil, da der Dialekt bereinigt wird, Fehler im Aufbau des Satzes behoben werden und der

Stil allgemein geglättet wird. Somit konnte leichtere Lesbarkeit und Verständlichkeit garantiert werden. Diese Art der Protokollierung ist dann einzusetzen, wenn die inhaltlich-thematische Ebene im Vordergrund der Untersuchung steht und der Befragte als Experte bzw. als Informant dienen soll. Beide Aspekte waren bei der Untersuchung der Fall.

8.1.3. Die Konstruktion deskriptiver Systeme

Die letzte Technik der Materialaufbereitung, nämlich die Konstruktion deskriptiver Systeme, begibt sich in das Feld der Auswertung am weitesten hinein. Hier soll im Wesentlichen die Konstruktion von beschriebenen Kategoriensystemen von Klassifikationen vorgenommen werden. Durch diese ist es möglich, das Material unterschiedlichen Überschriften zuzuordnen. Qualitatives Denken legt Wert auf das methodisch abgesicherte Umgehen mit solchen deskriptiven Strukturierungen. Durch die Tatsache, dass dieser Bereich in der bisherigen Forschung oft übergangen wird und Kategoriensysteme ohne weitere Begründung vorgestellt werden, soll diese Arbeit jedoch Erklärungen dafür bieten. Der Grundgedanke bei der Konstruktion deskriptiver Systeme ist, dass das Material durch Überbegriffe geordnet, und dadurch zu Kategoriensystemen zusammengestellt werden kann. Diese Überbegriffe stellen Verallgemeinerungen dar, welche aus der Ebene empirischer Tatbestände hervorgegangen sind. Die Kategorien werden in Bezug auf die Theorie und auf das konkrete empirische Material hin entwickelt. Dadurch, dass die Kategorien mit allen theoretischen Aussagen über den jeweiligen Gegenstand in Verbindung gesetzt werden müssen, andererseits zum konkreten empirischen Material passen müssen, steht die Konstruktion deskriptiver Systeme im Spannungsverhältnis zwischen Theorie und Empirie. Die Kategorienbildung erfolgt in mehreren Schritten, wobei man strukturiert und schrittweise vorgehen muss. Zuerst soll der Gegenstand genau bestimmt werden, der durch ein deskriptives System geordnet werden soll. Anschließend wird dieser Gegenstand demonstriert. Theoriegeleitet wird festgelegt, auf welchen Dimensionen verschiedene Klassen gebildet werden sollen. Erst danach wird das Kategoriensystem gebildet, indem man auf den einzelnen Dimensionen verschiedene Klassen (Ausprägungen) definiert. Wichtig bei der Konstruktion deskriptiver Systeme ist, dass diese durch Probeläufe an das Material angepasst werden, denn wenn Zweifel an Dimensionen oder Kategorien aufkommen, müssen diese einer Überarbeitung unterzogen werden. Auf diesem Hintergrund ergibt sich erst das aus der Theorie und Empirie abgeleitete Kategoriensystem (vgl. Mayring 2002, S. 99f).

Für die empirische Untersuchung ergibt sich daraus, die Bildung von Kategorien auf Basis der theoretischen Auseinandersetzungen. Anhand von Teilen des Materials werden die Kategorien auf ihre Brauchbarkeit überprüft, somit entsteht der endgültige Kodierleitfaden (siehe Anhang). Die persönlichen Interviews wurden, wie bereits erwähnt, transkribiert und als Fließtext in einem Worddokument gespeichert.[36]

8.1.4. Informationen zur Transkription

Die Tonbandaufzeichnungen werden nach den Interviews und vor der Auswertung transkribiert. Es existieren zwei unterschiedliche Versionen der Transkription[37], sowie die Protokolle der Nebenhandlungen, die im Anhang zu finden sind.

Bei der Transkription wurden folgende *Regeln* beachtet:

- Schrift: Times New Roman
- Schriftgröße: 12 Punkt
- Absatz: 1,5-zeilig
- P01-P08.: = Abkürzungen für die jeweils sprechende Person/ den Interviewpartner
- I.: = Äußerungen der interviewenden Person
- (?) = unverständliche Äußerungen
- (…) oder [...] = Auslassung durch die transkribierende Person
- **wahnsinnig** = höhere Lautstärke (fett gedruckt)
- *„deshalb war es so, dass“* = langsamer reden (kursiv)
- *….* = schnelles Reden
- jaaaa = Dehnung (Je mehr Vokale aneinandergereiht sind, desto länger die Dehnung.)
- (Lachen) bzw. (lacht) , (Unruhe), (Papierrascheln), (geht raus), (überlegt) = Charakterisierung nichtsprachlicher Vorgänge
- Ich habe @immer so ein komisches@ Gefühl dabei. = Lachend gesprochene Worte werden zwischen zwei "@-Zeichen" gesetzt.
- (kurze Pause), (lange Pause) = Angabe von kurzen oder längeren Pausen.
- <u>wahnsinnig</u> = auffällige Betonung (unterstrichen) z.B. ironisch, zynisch, zornig, sehr freundlich = Interviewter betont ein Wort bzw. einen Satz/ Absatz durch besondere

[36] Die Transkriptionen der Interviews sind in der eigenen Datenbank gespeichert.

[37] Im Anhang sind zwei unterschiedliche Transkriptionen zu finden: Einerseits jene, die für die Auswertung von Bedeutung sind (exklusive prägnanter Merkmale des Gesprächsverlaufs). Andererseits jene, die die prägnanten Merkmale des Gesprächsverlaufs inkludieren, um Nachvollziehbarkeit gewährleisten zu können.

Tonalität.

- Es wurden keine zustimmenden Bemerkungen des Interviewers, wie beispielsweise „mmh“ während des Interviews angeführt, wenn sie für die spätere Auswertung keine Bedeutung hatten.

8.2. Auswertungsverfahren

Für die Auswertung werden zuerst die Analyseeinheiten definiert:

- *Auswertungseinheit:* Diese stellt dar, welche Textteile nacheinander ausgewertet werden. In der vorliegenden Untersuchung bilden die Experteninterviews die Auswertungseinheit.
- *Kontexteinheit:* Dies ist der größte Textbestandteil, der unter eine Kategorie fallen kann. Hierzu zählen alle Antworten der Interviewpartner auf die jeweiligen Fragen.
- *Kodiereinheit:* Dis ist der kleinste Materialbestandteil, der ausgewertet werden darf, demnach was als minimaler Textbestandteil unter eine Kategorie fallen kann. Die Kodiereinheit bildeten in der Untersuchung einzelne Sätze oder Halbsätze, denen bestimmte Aspekte entnommen werden konnten.

Anschließend wird durch Kategorien festgelegt, welche Inhalte aus dem Material extrahiert werden sollen. Es erfolgt die Aufstellung eines Kategoriensystems, indem das Material den jeweiligen Kategorien zugeordnet wird.[38] In einem anderen Dokument, dem Kodierleitfaden, werden die Kategorien definiert und Ankerbeispiele zu den einzelnen Kategorien gegeben.[39] Die Ankerbeispiele dienen als Beispiel für eine Kategorie. Es handelt sich hier um beispielhaft hervorgehobene Textstellen, die einer bestimmten Kategorie zugeordnet werden können. Des Weiteren dienen sie dazu, etwaige Abgrenzungsprobleme zwischen den einzelnen Kategorien zu verhindern. Um die Kodierung rechtfertigen und Nachvollziehbarkeit gewährleisten zu können, werden so genannte Kodierregeln definiert.[40] Die aufgestellten Kategorien werden in der Folge in einem ersten Materialdurchlauf getestet und gegebenenfalls überarbeitet. Dies erfolgt durch die Markierung der Fundstellen im Material. Im eigentlichen Materialdurchlauf wird das Material genauso bearbeitet und die Fundstellen markiert und mittels Codes im Kategoriensystem festgehalten.

[38] Kategoriensystem im Anhang.
[39] Kodierleitfaden im Anhang.
[40] Kodierregeln im Anhang.

Für das Auswertungsverfahren wurde zwischen den drei Grundformen der Interpretiation unterschieden und ausgewählt: Zusammenfassung, Explikation und Strukturierung. Für diese Studie erscheint die Technik der Strukturierung am sinnvollsten, da sich diese zum Ziel macht, bestimmte Aspekte aus dem Material herauszufiltern. In Hinblick auf die Technik der Interpretation kann die Strukturierung ein weiteres Mal unterteilt werden. Hier wurde die Technik der inhaltlichen Strukturierung gewählt. Ihr Ziel ist es, bestimmte Themen, Inhalte und Aspekte aus dem Material zu filtern und zusammenzufassen (vgl. Mayring 2008, S. 58-89).

Nach der Bearbeitung des Materials mittels Kategorien – wie oben erklärt - wird das in Form von Paraphrasen extrahierte Material pro Analysedimension (Kategorie) zusammengefasst.[41] Bei der Paraphrasierung werden nicht inhaltstragende Textbestandteile gestrichen und die inhaltstragenden Textstellen auf eine einheitliche Sprachebene übersetzt und in eine grammatikalische Kurzform transformiert. Diese Analyseschritte erfolgten in der vorliegenden Auswertung in einem Schritt, der Zusammenfassung pro Analysedimension.

[41] Paraphrasierung und Zusammenfassung pro Analysedimension des Materials im Anhang.

9. Ergebnisse der empirischen Untersuchung

9.1. Interpretation der Ergebnisse

Nachfolgend werden nun die Ergebnisse der Befragung angeführt, die nach Kategorien geordnet werden.[42]

Die Darstellung der Ergebnisse erfolgt in drei Schritten, welchen unterschiedliche Relevanz beigemessen wird:

- *Erwartungsgemäß eingetroffene Ergebnisse:* Diese Ergebnisse bestätigen die Erwartungen, die durch die Literatur in Form von Thesen manifestiert sind. Sie werden im 1. Schritt festgehalten und können als bestätigt gelten. Diese Ergebnisse dienen als Bestätigung der bereits festgehaltenen Fakten, sind jedoch keineswegs neu.
- *Ergebnisse, die von der Erwartungshaltung abweichen:* Dies sind jene Ergebnisse, die von der Literatur Abweichendes präsentieren. Die Ergebnisse stellen neue Sichtweisen dar, beziehen sich jedoch auf Themen und Schwerpunkte, die in der Weblog-Forschung bereits angesprochen – jedoch in abweichender Form – dargestellt wurden.
- *Neue Ergebnisse (Innovationen):* Diese Ergebnisse sind vollkommen neu, da sie weder in der Literatur (somit auch nicht in den Thesen) vorkommen, sondern sich durch die Studie als neu und innovativ heraus stellen. Jene Ergebnisse sind von besonderer Relevanz, da sie sich für die Weblog-Forschung als innovativ ergeben.

Anhand der folgenden Tabelle werden die Möglichkeiten der Häufigkeiten und Ausprägungen der Antworten dargestellt:

Anzahl	Häufigkeit in %	Ausprägung
8 von 8	100	sehr stark
7 von 8	87,5	Stark
6 von 8	75	eher stark
5 von 8	62,5	Stärker
4 von 8	50	Mittel
3 von 8	37,5	eher schwach
2 von 8	25	Schwach
1 von 8	12,5	sehr schwach
0 von 8	0	Nicht

[42] Die Ergebnisse können jedoch nicht als repräsentativ gelten, aber eine Anregung für weitere (quantitative) Forschungen bieten.

Tabelle 16: Häufigkeiten und Ausprägungen der Ergebnisse

Um die Relevanz der Ergebnisse besser verdeutlichen zu können, wird eine Unterscheidung durch die Zuordnung zu den jeweiligen Ergebniskategorien getroffen, die in Kurzform wie folgt bezeichnet wird:

Erwartungsgemäß eingetroffene Ergebnisse	bestätigt
Ergebnisse, die von der Erwartungshaltung abweichen	abweichend
Neue Ergebnisse (Innovationen)	innovativ

Tabelle 17: Zuordnung zu den jeweiligen Ergebniskategorien

9.1.1. Erwartungsgemäß eingetroffene Ergebnisse

Veröffentlichung von Inhalten (Nutzungsmotiv 1)

Dass eine der Hauptmotivationen österreichischer Journalisten und Journalistinnen für die Führung eines Weblogs die Möglichkeit Inhalte zu veröffentlichen ist, belegt auch die empirische Studie: Sieben von acht Befragten nutzen das eigene Weblog zur Veröffentlichung von Inhalten zu verschiedensten Themenbereichen:

- die Beleuchtung einer Tourismusdestination (Tipps von Einheimischen, Gastronomie, schöne Plätze, etc.),
- die Veröffentlichung von DJ-Terminen und diversen Fotos,
- das Onlinestellen eigener Artikel (Abbildung der eigenen Arbeit),
- familieninterne Informationen inklusive Fotos für Verwandte,
- Tipps für Medienmacher in Österreich in Bezug auf die Nutzung des Internets.

Feedback / Kontakt (Nutzungsmotiv 3)

Eine weitere Motivation für die Führung eines Weblogs ist der Aufbau bzw. Gewinn einer anderen/neuen Leserschaft. Die Feedbackmöglichkeit durch die Leserschaft wird von Journalisten besonders geschätzt. Außerdem ist ihnen der Kontakt mit Freunden, das Kennen lernen neuer Kommunikationspartner, demnach das Networking wichtig (siehe These 1.2).

Alle acht Befragten nutzen das Weblog aus Gründen des Kontakts, Austausches, Dialogs mit und des Feedbacks durch die Leser. Es ist ihnen ein Anliegen, dass die Leser mittels Kommentaren oder E-Mails ihre Meinung kundtun. Das In Kontakt treten erfolgt entweder durch die Kommentarfunktion oder via E-Mail. Generell ist den Befragten der Kontakt mit den Lesern sehr wichtig.

Thematische Freiheit (Nutzungsmotiv 4)

Eine weitere Hauptmotivation österreichischer Journalisten und Journalistinnen ist die Möglichkeit neue bzw. andere Themen zu bearbeiten (siehe These 1.1), somit thematisch frei zu sein. Die thematische Freiheit wurde von vier Journalisten als wesentlich empfunden. Die Befragten nennen hier die absolute redaktionelle Freiheit, dass es keinen limitierenden Faktor des Themas gibt und die Möglichkeit Themen zu veröffentlichen, die zwar von Interesse sein können, jedoch im Ursprungsmedium nur wenig bis keine Relevanz besitzen und somit in der Tageszeitung keine Chance haben.

Anhand der folgenden Tabelle lassen sich die Häufigkeiten und Ausprägungen veranschaulichen:

Nutzungsmotive					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
N1	Veröffentlichung von Inhalten	bestätigt	7 von 8	87,5	stark
N3	Feedback / Kontakt	bestätigt	8 von 8	100	sehr stark
N4	Thematische Freiheit	bestätigt	4 von 8	50	mittel

Tabelle 18: Bestätigte Nutzungsmotive

Die betätigten Nutungsmotive – also jene, die erwartungsgemäß eingetroffen sind, – sind die Veröffentlichung von Inhalten, das Feedback und die thematische Freiheit. Die Veröffentlichung von Inhalten kann mit 87,5% als *stark* bewertet werden. Das Feedback/der Kontakt wurde von allen Journalisten – demnach mit 100% - jedoch *sehr stark* bewertet. Die thematische Freiheit, kann zwar als bestätigt gelten, wobei die Bewertung mit *mittel* eingestuft werden kann.

In Blogs gelten die gleichen Qualitätskriterien wie in der Zeitung (Qualitätskriterium 1)

Drei (von vier, die diese Frage beantwortet haben) der Journalisten sind der Meinung, dass in Weblogs die gleichen Qualitätskriterien bzw. Grundsätze wie in der Zeitung gelten bzw. nicht stark von jenen in der Zeitung differieren. Sie schreiben der Einhaltung derselben eine allgemein hohe Bedeutung zu (siehe These 2.1.). Die Befragten sind der Meinung, dass auch in Blogs die Grundsätze der journalistischen Arbeit eingehalten werden müssen. Einer der Befragten musste sich selbst einmal aufgrund eines Blog-Eintrags vor einem Gericht verantworten. Diese Tatsache machte dem Befragten erst klar, dass man sich in Blogs – genau wie in einem Medium – an journalistische Qualitätskriterien zu halten hat.

Sorgfalt, Wahrheit und Wahrhaftigkeit (Qualitätskriterium 7)

Sorgfalt, Wahrheit und Wahrhaftigkeit werden als Qualitätskriterien definiert (siehe These 2.1.). Sechs der Befragten sehen Sorgfalt, Wahrheit und Wahrhaftigkeit als Qualitätskriterien. Hierbei handelt es sich um sorgfältige Berichterstattung, wahre Informationen, den Anspruch der Wahrhaftigkeit bei dem Verfassen eines Eintrags. Einer der Befragten erklärt, dass am Blog in Hinblick auf die erwähnten Kriterien dasselbe gilt wie in der Zeitung. Hinsichtlich der Einhaltung des Anspruchs auf Wahrheit wird durch einen Befragten auf den Anspruch einer subjektiven Wahrheit Bezug genommen.

Wahrung der Interessen Dritter (Qualitätskriterium 8)

Die Wahrung der Interessen Dritter – Menschenwürde, Persönlichkeitsrechte und Informantenschutz – werden von Journalisten auch in ihren Weblogs eingehalten (siehe These 2.1.). Dieses Qualitätskriterium ist für sechs von acht Befragten von Bedeutung. Ein Befragter spricht davon, dass es nicht in der Ausrichtung seines Blogs liegt, jemanden zu verletzen. Ein weiterer Journalist meint, hier gelten die gleichen Kriterien wie in der Zeitung, wobei ein anderer Journalist angibt, noch nie einen Blog, der gegen die Menschenwürde verstoßen hätte, gelesen zu haben.

Verlässlichkeit (Qualitätskriterium 10)

Dem Kriterium der Verlässlichkeit wird in Blogs wenig Wert beigemessen (siehe These 2.1.). Nur für einen von acht Befragten ist das Kriterium der Verlässlichkeit in Weblogs grundlegend.

Subjektivität (Meinungen vor Fakten) (Qualitätskriterium 11)

Allgemein geht es Journalisten in ihrer Berichterstattung in Weblogs vordergründig um Subjektivität – Objektivität wird kein Wert beigemessen (siehe These 2.1.). Das Qualitätskriterium der Subjektivität ist demnach erwartungsgemäß eingetroffen. In Blogs gehen Informationen – laut Angabe der Befragten – aus Meinungen, nicht aus bloßen Fakten hervor. Dieser Meinung sind sechs der acht Journalisten. Fakten und Meinungen werden meist nicht getrennt, es besteht der Anspruch auf Subjektivität, woraus wiederum Meinungsvielfalt resultiert. Damit ist jedoch auch gemeint, dass Fakten nicht „verdreht“ werden. Ein Befragter spricht von einer Personengebundenheit und Meinungsbeladenheit eines Weblogs im Vergleich zu traditionellen Medien. Außerdem sind aus einem Blogs dadurch sehr viele Persönlichkeitsmerkmale herauszulesen. Gerade die Möglichkeit der

subjektiven Berichterstattung macht einem Blog – laut einem der Befragten – zu einem Medium der Meinungsäußerung, sofern gewisse Grenzen nicht übertreten werden. Ein anderer Befragter spricht davon, dass man sich im Rahmen der Rechtslage selbst mit seiner Meinung verwirklichen kann und keine Blattlinie berücksichtigen muss. Ein Journalist weist auch darauf hin, dass das Meinungselement des Weblogs wichtig ist, dass der Nutzer erfahren soll was der Autor von diesem oder jenem Thema hält. Außerdem ist ein Journalist über die dem Format zugrunde liegende Freiheit froh, da er ohnehin nur durch dieses Medium meinungsbezogen berichten kann. Sechs von acht Befragten sehen dies als Qualitätskriterium in Weblogs.

Transparenz (Qualitätskriterium 13)

Das Kriterium der Transparenz ist in Weblogs laut sechs der Befragten gegeben und wurde somit erwartungsgemäß beantwortet (siehe These 2.1.) Damit ist die Linksetzung bzw. Nennung der Quelle bei Online- und Offline-Quellen gemeint. In der Regel wird von den Befragten bei Online- und Offline-Quellen diese genannt oder auf den jeweiligen Text verlinkt. Auch bei Videos wird ein Link gesetzt. Ein Journalist verwendet Links und Quellenangaben nicht immer, meistens aber doch. Einer der Befragten setzt zwar Links, jedoch nur auf eigene Artikel.

Richtigkeit (Qualitätskriterium 24)

Für sechs der Befragten ist das Kriterium der Richtigkeit wesentlich für Qualität, wobei anzumerken ist, dass dieses Qualitätskriterium in seiner Wichtigkeit für Journalisten erwartet wurde (siehe These 2.1.). Die meisten Befragten haben dies sogar mehrmals erwähnt oder wiederholt. Richtigkeit meint die Recherche, die Kontrolle und Korrektur der Einträge, das Einholen von Zusatzinformationen und Zusatzmaterialien. Auch auf die Recherche wird besonderer Wert gelegt. Die Befragten recherchieren sehr viel nach, um bei bestimmten Themen Richtigkeit gewährleisten zu können. Ein Befragter gibt an, dass das Einholen von Zusatzmaterial durch die Lektüre von Zusatzmaterial, das Lesen entsprechender Literatur sowie Internetrecherchen erfolgt. Das Einholen von Zusatzinformationen erfolgt in vielen Fällen durch ein persönliches Gespräch mit den Personen, z.B. Shopbesitzern oder Wirten. In Hinblick auf die Kontrolle und Korrektur der Einträge gibt eine Befragte an, dass sie bereits einmal durch eine Kommentatorin auf einen Fehler aufmerksam gemacht wurde, welchen sie dann behoben hat. Auch von anderen Befragten werden Fehler im Blog behoben. Ein Journalist gibt an, dass er Fehler in einem Print-Artikel, den er dann zusätzlich am Blog

veröffentlicht, oftmals im Anschluss noch behebt. En Befragter gibt zwar an, dass er Rechtschreibfehler korrigiert, aber dass er bei Sinn-störenden Fehlern die Leser darauf aufmerksam macht. Oftmals ist er aber auch dazu gezwungen, da ihn Leser selbst darauf hinweisen, und dann muss er dies auch offen zugeben. Für einen der Befragten gibt es gewisse Blogs, denen er eine genauso hohe Glaubwürdigkeit zuschreibt wie traditionellen Medien.

Qualitätskriterien					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
QK1	In Blogs gelten die gleichen Qualitätskriterien wie in der Zeitung	bestätigt	3 von 4	75	eher stark
QK7	Sorgfalt, Wahrheit und Wahrhaftigkeit	bestätigt	6 von 8	75	eher stark
QK8	Wahrung der Interessen Dritter	bestätigt	6 von 8	75	eher stark
QK10	Verlässlichkeit	bestätigt	1 von 8	12,5	sehr schwach
QK11	Subjektivität	bestätigt	6 von 8	75	eher stark
QK13	Transparenz	bestätigt	6 von 8	75	eher stark
QK24	Richtigkeit	bestätigt	6 von 8	75	eher stark

Tabelle 19: Bestätigte Qualitätskriterien

Zusammenfassend können – wie auch aus der Tabelle hervorgeht – folgende Qualitätskriterien als bestätigt gelten: Sorgfalt, Wahrheit und Wahrhaftigkeit, Wahrung der Interessen Dritter, Verlässlichkeit, Subjektivität, Transparenz und Richtigkeit. Alle dieser Kriterien werden mit *eher stark* bewertet – außer dem Kriterium der Verlässlichkeit, dieses kann nur mit *sehr schwach* bewertet werden. Dass in Weblogs die gleichen Qualitätskriterien wie in der Zeitung gelten, wird als *eher stark* bewertet.[43]

Einhaltung ethischer Grundprinzipien (Qualität und Ethik 1)

Für Journalisten spielt die Einhaltung ethischer Grundprinzipien im Internet die gleiche Rolle wie in traditionellen Medien (siehe These 2.2.). Dieser Meinung sind über die Hälfte – nämlich fünf – der Befragten. Speziell sind sie der Ansicht, dass ethische Grundprinzipien in Weblogs durchaus eine Rolle bzw. dieselbe Rolle wie im Medium spielen. Ein Befragter ist

[43] Hier muss hinzugefügt werden, dass diese Aussage nur von 4 Personen bewertet wurde, wobei drei Personen – also 75% - dieser Aussage zugestimmt haben.

des Weiteren der Meinung, dass speziell Journalisten durch ihr Selbstverständnis auf ethische Prinzipen besonderen Wert legen und diese einhalten.

Freiwillige Selbstkontrolle durch Ethik-Kodex (Qualität und Ethik 2)

Die freiwillige Selbstkontrolle durch den im Internet kursierenden Ethik-Kodex ist durchführbar und wird von den Befragten erwünscht (siehe These 2.2.). Fünf der acht Befragten sind für eine freiwillige Selbstkontrolle durch den Ethik-Kodex. Einer der Befragten der Meinung, dass dieser als Mainstream-Erscheinung umsetzbar ist, jedoch nicht von allen Bloggern beachtet werden wird. Wichtig ist auch zu erwähnen, dass dies auf freiwilliger Basis stattfindet, wenn es darum geht die Rechte anderer Menschen zu schützen und gewisse Standards einzuhalten. Ein Befragter klärt, dass er selbst nicht für alles Gesetze braucht, aber dass die Blogger diesen – wenn sie es wollen – einhalten sollen, während ein anderer erklärt, dass er diesen „bestehen" würde und nichts zu befürchten habe. Ein Befragter ist aus dem Grund für den Ethik-Kodex, da es im Gegensatz zu traditionellen Medien keine Eingangskriterien für Menschen gibt, die Blogger „werden wollen".

Ethik-Kodex nicht durchführbar (Qualität und Ethik 3)

Wie erwartet, sind die Befragten allerdings der Meinung, dass – obwohl eine freiwillige Selbstkontrolle erwünscht ist –der Ethik-Kodex nicht durchsetzbar ist (siehe These 2.2.). Dieser Meinung sind fünf der Befragten, wobei angemerkt werden muss, dass zwei der Befragten auch der Durchführung des Ethik-Kodex (siehe QE2) zugestimmt haben.

Dieser Meinung sind die Beragten aus unterschiedlichen Gründen:

Ein Befragter bringt zur Geltung, dass er gegen jede Art von Einschränkung ist. Ein anderer Journalist bekräftigt diese Meinung, indem er – auf einer persönlichen Ebene – hinzufügt, dass er nicht für alles einen Kodex, eine Regelung oder ein Gütesiegel benötigt, da, wenn er gewisse Standards nicht einhält, die Menschen seinen Blog ohnehin nicht mehr lesen werden.

Dem Ethik-Kodex wird auch seine Durchführbarkeit abgesprochen, da dieser, der Meinung eines Befragten, nicht kontrollierbar ist und die freiwillige Selbstkontrolle nur durch den einzelnen stattfinden kann. Ein anderer ist der Meinung, dass jene Menschen, die sich an den Kodex halten wollten, dies ohnehin tun, andere, die dagegen sind, eben nicht.

Dazu kann angemerkt werden, dass die Befragten durch ihre Ausführungen eher der Ansicht sind, dass die Blogosphäre nicht in der Lage ist eine institutionalisierte Qualitätskontrolle zu ersetzen.

Qualität und Ethik					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
QE1	Einhaltung ethischer Grundprinzipien	bestätigt	5 von 8	62,5	stärker
QE2	Freiwillige Selbstkontrolle durch Ethik-Kodex	bestätigt	5 von 8	62,5	stärker
QE3	Ethik-Kodex nicht durchführbar	bestätigt	5 von 8	62,5	stärker

Tabelle 20: Bestätigte Kriterien der ethischen Aspekte

Zusammenfassend kann in Bezug auf die bestätigten Kriterien der Qualität und Ethik festgestellt werden, dass alle drei – die Einhaltung ethischer Grundprinzipien, die freiwillige Selbstkontrolle durch den Ethik-Kodex und die Undurchführbarkeit des Ethik-Kodex – von ihrer Ausprägung her mit *stärker* beurteilt werden können.

Veröffentlichung von Inhalten (Weblogs als Werkzeug für Journalisten/ Nutzungszwecke 1)

Ein Nutzungszweck der Journalisten ist die Veröffentlichung von Inhalten, also zur Publikation und zur Verbreitung von Wissen (siehe These 3.1.). Dieser Meinung sind vier Journalisten, wobei die anderen diesen Zweck nicht verneinten, sondern nur nicht erwähnt haben.

Dies tun sie im eigenen Blog und zwei von diesen Befragten durch das Hinterlassen von Kommentaren auf anderen Blogs. Ein Journalist erklärt zusätzlich, dass seine Hauptmotivation ist, Inhalte bzw. Themen herzustellen, die in der Print-Ausgabe nicht gedruckt werden können. Ein Befragter sprich auch von der Generierung von Wissen. Ein Befragter ist der Meinung, dass viele Journalisten selbst bloggen sollten, da so diese ihren Frust nicht in den Leitartikel oder Nachrichten zum Ausdruck bringen müssten, sondern durch ein anderes Medium die von ihm so genannte „journalistische Sau“ rauslassen könnten.

Recherche (Weblogs als Werkzeug für Journalisten/ Nutzungszwecke 2)

Ein Nutzungszweck von Weblogs ist für vier der Befragten die Recherche (siehe These 3.1.). Einer der Befragten recherchiert für die tägliche Arbeit in der Redaktion häufig in Fachblogs, während ein anderer Weblogs ebenfalls aus beruflichen Gründen zur themenspezifischen Recherche (Medien und Internet) nutzt. Dieser stellt auch fest, dass seine Recherche auch immer mit der Suche zu tun hat, was das Medium noch lernen kann, was verbesserungswürdig ist, um das Medium insgesamt besser zu machen.

Ideen- und Themenfindung (Weblogs als Werkzeug für Journalisten/ Nutzungszwecke 3)

Ein Nutzungszweck ist die Ideen- und Themenfindung bzw. als Inspiration (siehe These 3.1.). Dies ist für fünf Befragte ein Nutzungszweck von Weblogs. Einer der Befragten gibt auch an, dass es für manche durchaus reizvoll ist, hin und wieder die ein oder andere Idee zu „klauen". Zwei Befragte sehen Weblogs als Themenlieferanten, die sie manchmal auf Themen bringen, welche sie dann selbst aufgreifen. Die Ideen- und Themenfindung findet jedoch nicht ausschließlich durch andere Weblog-Inhalte statt, sondern bei einem der Befragten auch durch die eigenen Inhalte, wobei er betont, manche „Worteskapaden", die er im Blog von sich gibt, für andere journalistische Berichte aufzuheben und diese einzubauen, wenn sie gerade gut reinpassen.

Networking (Weblogs als Werkzeug für Journalisten/ Nutzungszwecke 5)

Fünf der acht befragten Journalisten nutzen Blogs für den Kontakt und Austausch mit anderen Menschen – Bekannten und Unbekannten –, demnach zur Pflege sozialer Kontakte und auch zum Networking (siehe These 3.1.). Außerdem begünstigen Weblogs ihrer Meinung nach den Aufbau einer Online-Reputation mit Möglichkeiten der Selbstdarstellung. Weiters ist die Nähe zwischen Nutzer und Autor größer. Als besonders prägnant stellt sich hier die Intention sich mit Freunden und Bekannten durch Weblogs auszutauschen heraus. Ein Befragter erklärt in Bezug auf die Online-Reputation, dass dieser einmal dazu eingeladen wurde auf einem anderen Weblog Gastkommentare zu verfassen. Aufgrund dessen hätte sich dann das Google-Ranking des Journalisten schlagartig verändert.

Entdecken von „breaking news" bzw. Skandalen (Weblogs als Werkzeug für Journalisten/ weiterer Nutzungszweck)

Keiner der Befragten nutzt Weblogs zum Entdecken von „breaking news" bzw. Skandalen. Dieses Ergebnis kann, insofern man These 3.1. betrachtet, bestätigt werden.

Weblogs als Werkzeug: Nutzungszwecke					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
WN1	Veröffentlichung von Inhalten	bestätigt	4 von 8	50	mittel
WN2	Recherche	bestätigt	4 von 8	50	mittel
WN3	Ideen- und Themenfindung	bestätigt	5 von 8	62,5	stärker
WN5	Networking	bestätigt	5 von 8	62,5	stärker
keines	Entdecken von „breaking news" bzw. Skandalen	bestätigt	0 von 8	0	nicht

Tabelle 21: Bestätigte Nutzungszwecke von Weblogs als Werkzeug

Die folgenden Nutzungszwecke können mit unterschiedlichen Bewertungen als bestätigt gelten: Veröffentlichung von Inhalten (mittel), Recherche (mittel), Ideen- und Themenfindung (stärker), Networking (stärker) und Entdecken von „breaking news“ bzw. Skandalen (nicht).

Nachholbedarf von traditionellen Medien vorhanden (Verhältnis der österreichischen Blogosphäre und den traditionellen Medien 1)

Nach Meinung von sieben der acht Journalisten haben österreichische Medienunternehmen Nachholbedarf im Weblog-Bereich. Sie sind der Meinung, dass Österreich einigen anderen Ländern unterlegen sind (These 4.1.). Dieses Ergebnis kann insofern als bestätigt gelten. Ein Befragter sieht Österreich in vielen Dingen als ein etwas rückständigeres Land und nennt zur Veranschaulichung das Beispiel Elektronik. Auch ein weiterer sieht Österreich als rückständig und veranschaulicht dies an einem Vergleich mit Deutschland und den Technorati-Rankings. Er glaubt auch, dass der Glaube an die freie Meinungsäußerung beispielsweise in Frankreich viel verbreiteter ist und dass dies in der österreichischen Gesellschaft nicht so verankert ist. Außerdem erklärt er, dass es hier meist an Problemen in einem Land liegt und dass die Probleme – im Vergleich zu Frankreich – nie derart drastisch waren, außer in der NS-Zeit. Auch ein anderer Befragter zieht einen Vergleich mit Deutschland und sieht Nachholbedarf für Österreich. Einer ist der Meinung, dass österreichische Medienunternehmen zu wenig in diesen Bereich investieren und appelliert an den Verstand seiner Kollegen. Ein Befragter vertritt die Ansicht, dass Österreich gegenüber einigen Ländern der zivilisierten Welt (z.B. Amerika) vermutlich Nachholbedarf hat, gegenüber anderen Ländern wiederum nicht.

Weblogs sind eine Bereicherung für traditionelle Medien (Verhältnis der österreichischen Blogosphäre und den traditionellen Medien 3)

Fünf von acht Befragten sehen Weblogs als eine Chance, Bereicherung oder Ergänzung für klassische Medien (siehe These 4.2.), somit kann dieses Ergebnis als bestätigt gelten. Durch diese Parallelfunktion beider Medien können diese voneinander profitieren. Zwei der Befragten sehen es auch als ein zusätzliches Angebot neben klassischen Medien. Einer der Befragten erklärt, dass ihn an einer neuen Entwicklung nie die Gefahr, die das neue für das alte Medium darstellt interessiert, sondern immer die Chance, die es bietet. Einer der Journalisten sieht Weblogs als Ergänzung, da diese andere Sachen leisten können als etablierte Medien und auch spannend sind. Ein anderer Befragter fügt hinzu, dass Blogs

Perspektiven und Meinungen bereitstellen und sich Themen annehmen, die in etablierten Medien zu wenig behandelt oder nicht angeboten werden. Ein Journalist geht auf die Situation in weniger demokratischen oder undemokratischen Ländern ein, wo Weblogs eine sehr große Bereicherung darstellen können. Generell vertreten die Befragten die Meinung, dass Weblogs zwar eine spannende Bereicherung sein können, aber die traditionellen Medien nicht ersetzen können.

Wachsendes Interesse an Blogs liegt an der Unzufriedenheit der Leser (Verhältnis der österreichischen Blogosphäre und den traditionellen Medien 5)

Nur ein Journalist ist der Meinung, dass das wachsende Interesse an Blogs an der Unzufriedenheit der Leser mit traditionellen Medien liegt. Dies macht er daran fest, dass die Nutzer durch Weblogs die Möglichkeit haben an medialer Berichterstattung teilzunehmen.

Wachsendes Interesse an Blogs liegt an der Unzufriedenheit der Leser (Verhältnis der österreichischen Blogosphäre und den traditionellen Medien 6)

Sechs Journalisten sind allerdings – im Gegensatz zu vorausgegangenen Ergebnis (Wachsendes Interesse an Blogs liegt an der Unzufriedenheit der Leser) – der Meinung, dass das wachsende Interesse an Blogs nicht an der Unzufriedenheit der Leser mit den traditionellen Medien liegt. Dieses Ergebnis kann somit als bestätigt gelten (siehe These 4.2.). Einer der Befragten ist sich sicher, dass sich Menschen, die mit einem traditionellen Medium unzufrieden sind, abwenden oder versuchen, das traditionelle Medium zu beeinflussen. Ein Journalist bezweifelt das wachsende Interesse an Weblogs. Ein Befragter ist eher der Meinung, dass das Format selbst ansprechend, menschlich und persönlich ist und dass somit das wachsende Interesse an Blogs nichts mit der Unzufriedenheit der Menschen mit den traditionellen Medien zu tun hat.

(Kein/geringer) Zusammenhang von Mediensituation und J-Blogs (Verhältnis der österreichischen Blogosphäre und den traditionellen Medien 10 und 11)

Die österreichische Mediensituation hat Einfluss auf die Journalisten-Blogs in Österreich, auch auf die eventuell langsamere Entwicklung von Journalisten-Blogs. Dieser Meinung sind zwei der acht Befragten. Drei der Befragten sind anderer Meinung. Sie erklären, dass die österreichische Mediensituation keinen oder nur geringen Einfluss auf die Journalisten-Blogs in Österreich hat. Ein Journalist, der einen Zusammenhang zwischen Mediensituation und der Entwicklung von Journalisten-Blogs sieht, ist der Meinung, dass jede Mediensituation

zumindest Einfluss auf den Journalismus hat. Andererseits sieht ein anderer Befragter, der dafür plädiert, dass zwischen der Mediensituation und der Entwicklung on Journalisten-Blogs kein Zusammenhang besteht, die Mediensituation nicht als Hauptursache, erklärt aber, dass sie eine Ursache von vielen ist. Dieser ist der Ansicht, dass vielmehr die Infrastruktur und das Mindset eine Rolle dafür spielen. Ein anderer Journalist denkt, dass zwischen der österreichischen Mediensituation und der Entwicklung von Journalisten-Blogs kein Zusammenhang zu sehen ist. Beide Ergebnisse können die These 4.4. weder bestätigen, noch widerlegen, da insgesamt nur fünf Journalisten diese Frage beantwortet haben, sich allerdings – zwei gegen drei Stimmen – widersprechen. Es kann daher kein eindeutiges Ergebnis festgestellt werden.

Verhältnis zwischen der Blogosphäre und den traditionellen Medien					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
V1	Nachholbedarf von traditionellen Medien vorhanden	bestätigt	7 von 8	87,5	stark
V3	Weblogs sind eine Bereicherung für traditionelle Medien	bestätigt	5 von 8	62,5	stärker
V5	Wachsendes Interesse an Blogs liegt an der Unzufriedenheit der Leser	bestätigt	1 von 8	12,5	sehr schwach
V6	Wachsendes Interesse an Blogs liegt nicht an der Unzufriedenheit der Leser	bestätigt	6 von 8	75	eher stark
V10	Zusammenhang von Mediensituation und J-Blogs	bestätigt	2 von 8	25	schwach
V11	Kein/ geringer Zusammenhang von Mediensituation und J-Blogs	bestätigt	3 von 8	37,5	eher schwach

Tabelle 22: Bestätigte Annahmen über das Verhältnis der Blogosphäre und den traditionellen Medien

Die folgenden Annahmen über das Verhältnis der Blogosphäre und den traditionellen Medien können – mit unterschiedlichen Bewertungen – als bestätigt gelten:

- Nachholbedarf von traditionellen Medien vorhanden: stark
- Weblogs sind eine Bereicherung für traditionelle Medien: stärker
- Wachsendes Interesse an Blogs liegt an der Unzufriedenheit der Leser: sehr schwach
- Wachsendes Interesse an Blogs liegt an der Unzufriedenheit der Leser: eher stark
- Zusammenhang von Mediensituation und J-Blogs: schwach

- Kein/ geringer Zusammenhang von Mediensituation und J-Blogs: eher schwach

9.1.2. Ergebnisse, die von den Erwartungen abweichen

(Neue) Leserschaft gewinnen (Nutzungsmotiv 7)

Eine weitere Motivation ist der Aufbau bzw. Gewinn bzw. Aufbau einer anderen bzw. neuen Leserschaft. Dies ist für drei Journalisten von Bedeutung, demnach weicht das Ergebnis von dem erwarteten Ergebnis ab (siehe These 1.2.). Von einem Journalisten wird auch die Intention verfolgt, möglichst viele (RSS-) Abonnenten zu gewinnen. Eine weitere Intention ist das Erreichen einer anderen Nutzerschicht, als die in der Zeitung. Auch die Zugriffe pro Tag und die Anzahl der Stammleser spielen für die Befragten eine Rolle.

Neues Kennen lernen (Nutzungsmotiv 9)

Eine zusätzliche Motivation war das Interesse der Journalisten, Neues Kennen zu lernen (siehe These 1.3.). Dieses Motiv geht mit einem starken Eigeninteresse und dem Bestreben bzw. dem Wunsch einher, Neues kennen zu lernen, zu erlernen, zu erfahren, fremde Bereiche zu erschließen und umfasst zusätzlich die Motivationen der Experimentiermöglichkeit und der Kompetenzsteigerung durch und mit einem Weblog. Das Bestreben Neues Kennen zu lernen äußert sich insbesondere in der Möglichkeit sich technische Fertigkeiten im Online- und somit auch Weblogging-Bereich anzueignen, die Herangehensweise zu erlernen und das System zu verstehen. Nur drei der Journalisten gaben dies als Nutzungsmotiv an, daher weicht es von der Erwartungshaltung ab.

Spaß/ Unterhaltung (Nutzungsmotiv 11)

Eine Motivation war der Spaß an dieser Form des Publizierens (siehe These 1.3.). Das Nutzungsmotiv Spaß/ Unterhaltung wurde allerdings nur von einem Befragten (mehrmals) erwähnt, was mit einer Abweichung der Erwartungen – die aus der Literatur abgeleitet wurden – einhergeht.

Networking (Nutzungsmotiv 12)

Das Nutzungsmotiv des „Networking“ wurde lediglich von zwei der Befragten genannt. Es wurde erwartet, dass den Journalisten der Kontakt mit Freunden, das Kennen lernen neuer Kommunikationspartner, demnach Networking wichtig ist (siehe These 1.2.). Dies trifft

jedoch nur bei zwei von acht Befragten zu. Somit ist der soziale Aspekt keineswegs als eine der Hauptmotivationen für die Führung eines Weblogs zu verstehen.

Ideen für Artikel (Nutzungsmotiv 14)

Eine der Motivationen österreichischer Journalisten ist das Erschließen neuer Themen durch die Recherche oder auch die Ideen- und Themenfindung für Artikel (siehe These 1.1). Allerdings war dieses Nutzungsmotiv nur für zwei der Befragten wesentlich und weicht somit von den Erwartungen ab. Die beiden Befragten gaben an, Ideen für Artikel bekommen oder durch andere Inhalte inspiriert zu werden. Ein Befragter erläutert, dass die Leser mit ihnen in Kontakt treten, wenn sie ihm Tipps zukommen lassen wollen. Ein anderer Befragter erklärt, dass die Leser ihm Geschichten erzählen, die er verwenden kann.

Schreibstil (kein Nutzungsmotiv)

Dass die Journalisten ihr Weblog als Möglichkeit nutzen, sich in einem anderen Schreibstil und neuen Ausdrucksmöglichkeiten zu üben (siehe These 1.1.) wurde von keinem Befragten erwähnt.

Nutzungsmotive					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
N7	(Neue) Leserschaft gewinnen	abweichend	3 von 8	37,5	eher schwach
N9	Neues Kennen lernen	abweichend	3 von 8	37,5	eher schwach
N11	Spaß/ Unterhaltung	abweichend	1 von 8	12,5	sehr schwach
N12	Networking	abweichend	2 von 8	25	schwach
N14	Ideen für Artikel	abweichend	2 von 8	25	schwach
keine	Schreibstil	abweichend	0 von 8	0	nicht

Tabelle 23: Abweichende Nutzungsmotive

Die Nutzungsmotive, die von den erwarteten Ergebnissen abweichen, stellen – mit den folgenden Bewertungen – andere Ergebnisse dar, als bisher in der Literatur aufzufinden waren: Die Nutzungsmotive des Gewinnes einer (neuen) Leserschaft sowie Neues Kennen zu lernen wurden, durch ihre Erwähnung, *eher schwach* bewertet, wobei das Nutzungsmotiv „Spaß/ Unterhaltung“ *sehr schwach* bewertet werden kann. Networking und Ideen für Artikel sind zu den nur *schwach* bewerteten Nutzungsmotiven zu zählen. Das Motiv des Schreibstils wurde kein einziges Mal erwähnt. All diese Motive weichen von der Erwartungshaltung ab.

In Blogs gelten andere Grundsätze als in der Zeitung (Qualitätskriterium 2)

Dass die Qualitätskriterien in einem Weblog von jenen des Mediums differieren meint lediglich einer der Befragten, wobei nur vier von acht Journalisten diese Frage beantwortet haben.

Aktualität/ Schnelligkeit (Qualitätskriterium 5)

Qualität zeichnet sich, nach Meinung von drei Journalisten, durch möglichst aktuelle, schnelle Information aus. Es wurde allerdings davon ausgegangen, dass Journalisten auf dieses Kriterium generell keinen Wert legen. Obwohl dieses Kriterium nur von drei der Befragten als wesentlich erachtet wird, kann trotzdem von einem von der Literatur abweichenden Ergebnis gesprochen werden. Einer der Befragten gibt außerdem an, dass er auch sehr viele Blogs aufgrund der Schnelligkeit liest.

Sicherheit (Qualitätskriterium 6)

Ein Qualitätskriterium ist die Sicherheit der Information. Diese ist vier von acht Befragten wichtig, da es beim Schreiben des Blogs vordergründig nicht um Schnelligkeit geht. Auch dieses Kriterium weicht von der Annahme ab, dass Journalisten viel Wert auf Sicherheit in Weblogs legen, da es nur für die Hälfte der Befragten von Bedeutung ist (siehe These 2.1.)

Unabhängigkeit (Qualitätskriterium 12)

Das Qualitätskriterium der Unabhängigkeit ist für vier von acht Befragten wesentlich. Es meint, dass der Journalist unabhängig ist und in eigenem Interesse bloggt. Nur die Hälfte der Befragten meint, dass Unabhängigkeit in Weblogs gegeben ist, wobei hier das gleiche wie im betreffenden Medium gilt. Aus diesem Grund muss festgehalten werden, dass das Ergebnis von der Erwartung abweicht.

Unterhaltsamkeit (Qualitätskriterium 16)

Ein wesentliches Kriterium ist das der Unterhaltsamkeit. Dies wurde von der Hälfte der Befragten bestätigt und weicht somit von der Erwartungshaltung ab (siehe These 2.1.).
Demnach soll der Blog den Anspruch auf Unterhaltung erfüllen, wobei hier auch die Überraschung und das Interesse an Meinungsvielfalt hinzu gezählt werden. Die Themen können lustiger aufgearbeitet werden als im Ursprungsmedium, allerdings muss die Basis trotzdem stimmen. Außerdem ist es auch für die Journalisten selbst unterhaltsam, wenn sie mit Themen der Leser konfrontiert werden, die sie Neues kennen lernen lassen.

Sachlichkeit (Qualitätskriterium 19)

Dieses Qualitätskriterium wurde nur von einem Journalisten als bedeutsam verstanden, demnach weicht das Ergebnis von den Erwartungen ab (siehe These 1.2.).

Information (Qualitätskriterium 20)

Ein weiteres Qualitätskriterium ist der Anspruch auf Information sowie auf Inhalt (Content). Hier spielt auch der Zugang zu Wissen eine Rolle. Einer der Befragten sieht es als oberste Priorität die Leute zu informieren. Ein anderer ist der Meinung, dass die Dichte der Information gewährleistet sein muss. Außerdem kann der Anspruch auf Information auch durch solche Information, man sonst nirgends findet, gegeben sein. Allerdings wurde dieses Kriterium nur von der Hälfte der Befragten als wichtig erachtet und weicht somit von der Erwartung ab (siehe These 1.2.).

Interaktivität (Qualitätskriterium 21)

Ein Qualitätskriterium ist die Interaktivität. Dazu zählen das Eingehen auf Kommentare, der Kontakt und Austausch mit den Lesern und die Vernetzung mit anderen Blogs. Ein Befragter ist der Meinung, dass Blogs vom Eingehen auf Kommentare leben und erläutert, dass dies viele Kollegen noch lernen müssen. Er ist auch der Meinung, dass man dem Leser auch etwas zurück geben muss und auf das Feedback der Leser antworten muss. Da dieses Qualitätskriterium jedoch nur von zwei der Befragten als wichtig erachtet wurde, ist es nicht als eines der wesentlichen Qualitätskriterien zu verstehen, wie es eigentlich erwartet wurde (siehe These 1.2.).

Qualitätskriterien					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
QK2	In Blogs gelten andere Grundsätze als in der Zeitung	abweichend	1 von 4	25	
QK5	Aktualität/ Schnelligkeit	abweichend	3 von 8	37,5	eher schwach
QK6	Sicherheit	abweichend	4 von 8	50	mittel
QK12	Unabhängigkeit	abweichend	4 von 8	50	mittel
QK16	Unterhaltsamkeit	abweichend	4 von 8	50	mittel
QK19	Sachlichkeit	abweichend	1 von 8	12,5	sehr schwach
QK20	Information	abweichend	4 von 8	50	mittel

Tabelle 24: Abweichende Qualitätskriterien

Dass in Blogs andere Grundsätze als in der Zeitung gelten, wurde von einem der vier Befragten bestätigt und wird demnach als *schwach* bewertet. Die folgenden Qualitätskriterien weichen alle – in unterschiedlichen Ausprägungen – von den erwarteten Ergebnissen wie folgt ab: Sicherheit, Unabhängigkeit, Unterhaltsamkeit und Information können mit einer *mittleren* Bewertung dargestellt werden. Aktualität/ Schnelligkeit wird mit *eher schwach* bewertet, wobei Sachlichkeit sogar als *sehr schwach* bewertet werden kann.

Sanktionierungen bei Verstößen (Qualität und Ethik 5)

Außerdem sind Journalisten dafür, dass Sanktionierungen bei Verstößen (durch wissentlich falsche Berichterstattung oder durch Verstöße gegen die Ethik) geltend gemacht werden sollen. Diese können die Meldung des Blogs bis hin zum Ausschluss aus der Blogosphäre eine Reihe von Sanktionen umfassen. Für das Geltendmachen von Sanktionierungen sprechen sich allerdings nur drei der Befragten aus, was zur Folge hat, dass dieses Ergebnis von dem erwarteten Ergebnis abweicht (siehe These 2.2).

Einer der Befragten spricht sich gegen „Narrenfreiheit“ für Blogger aus – gewisse Schranken sind zu akzeptieren. Ein anderer ist der Meinung, dass dies zwar bislang noch kein Problem darstellt, sollte es aber eines werden, würde er Sanktionierungen begrüßen. An dieser Stelle zieht er einen Vergleich mit dem in der Zeitung nicht mehr existierenden Ethik-Rat, den er jedoch für notwendig halten würde. En Befragter, der ebenfalls für Sanktionierungen ist, zieht zur Veranschaulichung ein Beispiel aus dem eigenen Bekanntenkreis heran. Auf fremden Weblogs wurden ihre geschützten Werke gefunden, allerdings hatten die betreffenden Personen keine Möglichkeit zum Eingreifen.

Qualität und Ethik					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
QE5	Sanktionierungen bei Verstößen	abweichend	3 von 8	37,5	eher schwach

Tabelle 25: Abweichende Kriterien der ethischen Aspekte

Das Qualitätskriterium „Sanktionierungen bei Verstößen“ weicht von dem erwarteten Ergebnis ab, wobei eine *eher schwache* Bewertung dargestellt werden kann.

Qualitative Berichterstattung obliegt Journalisten (Qualitätsvergleich 1)

Nur die Hälfte der Befragten ist der Meinung, dass die qualitative Berichterstattung den Journalisten obliegt und dass die Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten

somit nicht vergleichbar sind. Dieses Ergebnis weicht somit vom erwarteten ab (siehe These 2.3.). Bei Journalisten und Nicht-Journalisten lassen sich in Hinblick auf die Berichterstattung Qualitätsunterschiede erkennen. Ein Befragter ist der Meinung, dass Journalisten Themen-fokussierter schreiben und am Blog auf die herangezogenen Quellen verlinken. Die Journalisten sind generell der Meinung, dass das fakten- und themenbezogene sowie das Recherchierte etwas ist, das Journalisten auszeichnet. Manche Befragten meinen, dass Journalisten ihr Handwerkszeug auch im Online-Bereich anwenden und dass sie aufgrund ihres Berufs eine höhere sprachliche Kompetenz aufweisen. Ein Befragter ist der Meinung, dass es in Hinblick auf Nischen-Fachblogs grundsätzlich egal ist, wer diese schreibt, aber dass man bei Blogs, in welchen viel diskutiert wird, Journalisten tendenziell geübter sind, da sie die Fertigkeiten durch ihren Beruf mitbringen. Jene Kompetenzen, die Journalisten aus ihrer täglichen Arbeit mitbringen, machen sich demnach auch im Netz bemerkbar.

Konsequenzen bei Verstößen müssen gleich sein (Qualitätsvergleich 3)

Zwei Journalisten sind der Meinung, dass die Konsequenzen bei Verstößen für Journalisten und Nicht-Journalisten gleich gehandhabt werden müssen, da das Internet in diesem Fall nicht unterscheidet. Da dies nur zwei Befragte meinen, steht dies im Gegensatz zum erwarteten Ergebnis (siehe These 2.3.).

Ob ein Journalist oder ein Nicht-Journalist einen Verstoß begeht, ist dieser Ansicht nach irrelevant. Die Konsequenzen müssen gleich behandelt bzw. sanktioniert werden. Ein Befragter erklärt zusätzlich, dass Verstöße im Internet gleich gewichtet werden. Ein anderer Befragter ist ähnlicher Meinung, denn er sagt, dass das Strafrecht nicht zwischen Journalisten und Nicht-Journalisten unterscheidet. Außerdem würde es diesen mehr verwundern, wenn ein Journalist einen Verstoß begeht, da dieser von Berufs wegen ein geschärfteres Bewusstsein haben sollte. Demnach müssen die Konsequenzen identisch sein.

Qualitätsvergleich zwischen Journalisten und Nicht-Journalisten					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
QV1	Qualitative Berichterstattung obliegt Journalisten	abweichend	4 von 8	50	mittel
QV3	Konsequenzen bei Verstößen müssen gleich sein	abweichend	2 von 8	25	schwach

Tabelle 26: Abweichende Annahmen über den Qualitätsvergleich zwischen Journalisten und Nicht-Journalisten

Zusammenfassend kann in Hinblick auf die abweichende Annahmen über das Verhältnis der Blogosphäre und den traditionellen Medien festgestellt werden, dass die Aussage „die

qualitative Berichterstattung obliegt Journalisten“ als mittel bewertet wurde, während die Aussage „Konsequenzen bei Verstößen müssen gleich sein“ eine nur schwache Bewertung durch die Befragten erfuhr.

Weblogs sind kein Werkzeug für Journalisten (Weblogs als Werkzeug für Journalisten / allgemein 1)

Nach Meinung der Journalisten sind Weblogs noch nicht zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit geworden, da diese nicht ernst genug genommen werden. Dies meinen jedoch nur zwei von acht Befragten, was eindeutig von dem erwarteten Ergebnis (siehe T. 3.2.) abweicht.
Einer der Befragten meint, dass er das zumindest für sich ausschließen kann, bei anderen Journalisten könnte er dies nicht beurteilen. Der andere Befragte schließt Weblogs als ein Werkzeug für Österreich klar aus, wobei er in internationaler Hinsicht allerdings glaubt, dass sich Weblogs zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit entwickelt haben.

Weblogs sind ein Werkzeug für Journalisten (Weblogs als Werkzeug für Journalisten / allgemein 2)

Zwei andere Befragte sind wiederum der Meinung, dass sich Weblogs zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit entwickelt haben. Ein Befragter fügt jedoch hinzu, dass er das bedauert, da er Weblogs für unzuverlässig hält. Auch hier weicht das Ergebnis ab, da die logische Schlussfolgerung aus dem Ergebnis „Weblogs als Werkzeug für Journalisten/allgemein 1“ hätte sein müssen, dass Weblogs sehr wohl zu eine Werkzeug für Journalisten geworden sind. Da sich jedoch feststellen lässt, dass diese Frage nur vier von acht Befragten beantwortet haben – und zwar genau gegensätzlich – kann hier kein eindeutiges Ergebnis festgemacht werden.

Weblogs als Werkzeug allgemein					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
WA1	Weblogs sind kein Werkzeug für Journalisten	abweichend	2 von 8	25	Schwach
WA2	Weblogs sind ein Werkzeug für Journalisten	abweichend	2 von 8	25	Schwach

Tabelle 27: Abweichende Ergebnisse zu Weblogs als Werkzeug allgemein

Die beiden Aussagen „Weblogs sind kein Werkzeug für Journalisten“ und „Weblogs sind ein Werkzeug für Journalisten“ können – wider aller Erwartungen – mit einer *schwachen*

Bewertung festgehalten werden. Demnach kann kein eindeutiges Ergebnis, nicht einmal eine Tendenz festgestellt werden.

Information (Weblogs als Werkzeug für Journalisten/ Nutzungszwecke 7)

Weblogs werden von Journalisten zur Information genutzt, allerdings bestätigen dies lediglich zwei der Befragten (siehe These 3.1.). Aus diesem Grund weicht das Ergebnis von dem erwarteten ab. Die Journalisten informieren sich in Blogs zu allen erdenklichen Themenbereichen um Neuigkeiten zu erfahren und nutzen Weblogs in fachlicher Hinsicht als Informationsquelle.

Mittel zur Meinungsbildung / Bestätigung von Fakten (Weblogs als Werkzeug für Journalisten/ weitere Nutzungszwecke)

Durch die Ergebnisse wird sichtbar, dass Journalisten Weblogs als Mittel zur Meinungsbildung und zur Bestätigung von Fakten überhaupt nicht nutzen. Dies weicht von dem erwarteten Ergebnis (siehe These 3.1.) ab, da keiner dieser Nutzungszwecke von den acht Befragten genannt wurde.

Weblogs als Werkzeug: Nutzungszwecke					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
WN7	Information	abweichend	2 von 8	25	schwach
keine	Mittel zur Meinungsbildung	abweichend	0 von 8	0	nicht
keine	Bestätigung von Fakten	abweichend	0 von 8	0	nicht

Tabelle 28: Abweichende Nutzungszwecke von Weblogs als Werkzeug

Der Nutzungszweck der Information weicht durch ihre schwache Bewertung von dem erwarteten Ergebnis ab – wobei auch die Nutzungszwecke „Mittel zur Meinungsbildung“ und „Bestätigung von Fakten“ durch die Tatsache, dass diese nicht erwähnt wurden, abweichen.

Weblogs sind keine Gefahr für traditionelle Medien (Verhältnis der österreichischen Blogosphäre und den traditionellen Medien 2)

Sechs Befragte sehen in Weblogs keine Gefahr für die klassischen Medien (siehe These 4.2.). Da jedoch auch der Aussage, dass Weblogs als eine Gefahr für traditionelle Medien zu verstehen sind, mehr als der Hälfte – nämlich fünf – der Befragten zustimmten, kann dieses Ergebnis als ein von den Erwartungen abweichendes Ergebnis verstanden werden.

Ein Journalist meint, dass durch das immer größere und unüberschaubarere Informationsangebot im Netz das Bedürfnis nach Orientierung und vorsortierter Information steigen. Und diesen „Trichter“ bieten traditionelle Medien. Ein Befragter glaubt zwar an Gefahren, die sich für traditionelle Medien darstellen, macht diese jedoch nicht an Weblogs fest, da Blogs das nicht leisten können, was etablierte Medien leisten. Damit meint er, Weblogs können keinen Nachrichtenstrom sicherstellen, nicht einmal in bestimmten Themensegmenten. Weblogs fehlt die Kontinuität, wie es in Medienunternehmen der Fall ist. Außerdem nennt er das Vertrauen in Medienmarken, da man bei einem Blog nicht wissen kann, ob er am nächsten Tag oder in drei Wochen den nächsten Eintrag veröffentlichen wird.

Der journalistische Alltag hat sich durch Blogs nicht verändert (Verhältnis der österreichischen Blogosphäre und den traditionellen Medien 8)

Nur zwei Befragte sind der Ansicht, dass sich der journalistische Alltag durch Blogs nicht verändert hat, da Weblogs keinen oder nur geringen Einfluss haben, nicht ernst genug genommen werden. Dies widerspricht der Annahme (siehe These 4.3.), dass sich der journalistische Alltag nicht oder in nur geringem Maße durch Blogs verändert hat und kann demnach nicht als bestätigt gelten. Im Gegensatz dazu haben nämlich sechs der Befragten angegeben, dass sich der journalistische Alltag durch Weblogs sehr wohl verändert habe (siehe Verhältnis der österreichischen Blogosphäre und den traditionellen Medien 7).

Verhältnis zwischen der Blogosphäre und den traditionellen Medien					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
V2	Weblogs sind keine Gefahr für traditionelle Medien	abweichend	6 von 8	75	eher stark
V8	Der journalistische Alltag hat sich durch Blogs nicht verändert	abweichend	2 von 8	25	schwach

Tabelle 29: Abweichende Annahmen über das Verhältnis der Blogosphäre und den traditionellen Medien

Bezug nehmend auf die abweichenden Annahmen über das Verhältnis der Blogosphäre und den traditionellen Medien kann festgestellt werden, dass die Bewertung der Aussage „Weblogs sind keine Gefahr für traditionelle Medien“ als *eher stark*, und die Aussage„der journalistische Alltag hat sich durch Blogs nicht verändert“ als *schwach* bewertet wurde.

9.1.3. Neue Ergebnisse bzw. Innovationen

Platz/ Raum (Nutzungsmotiv 2)

Eines der von den Journalisten genannte Nutzungsmotiv ist der Platz, den ihnen das Weblog bietet und der in der Zeitung nicht in diesem Maße vorhanden ist. Drei der Befragten nutzen das Blog aus diesem Grund. Ein Befragter spricht von einer Hierarchie der Themen in einer Tageszeitung, demnach können Journalisten nur sehr eingeschränkt entscheiden, über welche Themen Bericht erstattet wird und wie viel Platz ihnen zur Verfügung steht. Einer der Befragten spricht davon, dass er in der Zeitung für seinen Themenbereich nie den Platz hatte, den er gebraucht hätte um das Thema zu erläutern.

Zeitliche Freiheit (Nutzungsmotiv 4)[44]

Ein Nutzungsmotiv österreichischer Journalisten und Journalistinnen, das als neu erkannt werden könnte - ist die zeitliche Freiheit des Bloggens. Dieses Nutzungsmotiv wurde von vier Journalisten genannt, die in erster Linie nach freier Zeiteinteilung bloggen. Hier gibt es ganz unterschiedliche Vorlieben: Von den ersten zehn Minuten am Morgen, zwischendurch, bis hin zum Wochenende.

Neue Aufträge (Nutzungsmotiv 5)

Zwei der Befragten nutzen das Weblog um neue Aufträge zu bekommen. Es handelt sich hier um freie Journalisten und um jene, die auf Basis von Werkverträgen arbeiten. Einer erklärt zusätzlich, dass sich potenzielle Auftraggeber am Blog über die Person informieren können und dadurch einen Einblick in die Arbeit des Journalisten bekommen.

Bekanntheit (Nutzungsmotiv 6)

Vier der Befragten nutzen das Weblog aus Überzeugung bzw. Hoffnung durch den Blog einen gewissen Grad an Bekanntheit zu erlangen und auch aufgrund einer Notwendigkeit im Internet vertreten zu sein. Dieses Nutzungsmotiv geht auch mit einer Selbstdarstellungskomponente des jeweiligen Autors einher. Das Bedürfnis seine Meinung zu sagen muss hier ebenfalls gegeben sein. Eine Möglichkeit die Bekanntheit zu steigern ist für einen der Befragten das Hinterlassen von Spuren auf anderen Plattformen und Weblogs. Ein

[44] Dieses Nutzungsmotiv geht ursprünglich auf die Kategorie „zeitliche / thematische Freiheit“ zurück. Da dieses Motiv jedoch innovativ ist – und nicht wie die thematische Freiheit als erwartbares Ergebnis verstanden werden kann - wurde es in der Interpretation von der „thematischen Freiheit“ differenziert und selbstständig behandelt.

anderer Journalist bringt die Steigerung seiner Bekanntheit mit der „Marke Ich“ in Verbindung, welche er erhöhen bzw. vorantreiben möchte.

Forderung der Weblog-Führung seitens des Mediums (Nutzungsmotiv 8)

Ein Motiv der Nutzung ist die Aufforderung der Weblog-Führung seitens des Mediums als Arbeitgeber. Drei der Befragten gaben dieses als Nutzungsmotiv an. Eine weitere Erläuterung ist, dass Kollegen desselben Mediums auf der Suche nach Mitautoren waren und sich der Befragte für diese Tätigkeit meldete.

Schilderung des Redaktionsalltags (Nutzungsmotiv 10)

Das Nutzungsmotiv der Schilderung des Redaktionsalltags war nur für einen Journalisten von Bedeutung. Dieser spricht von Hintergrundinformationen, die er durch das Weblog liefern kann, die er in der Zeitung jedoch nicht veröffentlichen kann.

Alle Artikel an einem Ort aufbewahrt (Nutzungsmotiv 13)

Ein neues Nutzungsmotiv ist die Sammlung aller Artikel bzw. Texte an einem Ort. Der Blog dient somit der Aufbewahrung und Veröffentlichung aller Artikel. Ein Befragter bezeichnet diesen auch als sein öffentliches Archiv. Demselben Befragten geht es hauptsächlich darum, dass Bekannte, Familienmitglieder und Menschen, die sich für die Artikel interessieren, nicht so viele Zeitungen abonnieren müssen, sondern die Möglichkeit haben alles auf einen Blick zu lesen.

Nutzungsmotive					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
N2	Platz/ Raum	innovativ	3 von 8	37,5	eher schwach
N4	Zeitliche Freiheit	innovativ	4 von 8	50	mittel
N5	Neue Aufträge	innovativ	2 von 8	25	schwach
N6	Bekanntheit	innovativ	4 von 8	50	mittel
N8	Forderung der Weblog-Führung seitens des Mediums	innovativ	3 von 8	37,5	eher schwach
N10	Schilderung des Redaktionsalltags	innovativ	1 von 8	12,5	sehr schwach
N13	Alle Artikel an einem Ort aufbewahrt	innovativ	1 von 8	12,5	sehr schwach

Tabelle 30: Innovative Nutzungsmotive

Die folgenden Nutzungsmotive stellen sich als neu bzw. innovativ – wenn auch in unterschiedlichen Bewertungen – dar: Die Nutungsmotive „Platz/ Raum“ und „Forderung der Weblog-Führung seitens des Mediums“ können mit einer *eher schwachen* Bewertung festgehalten werden, wobei das Motiv der „neuen Aufträge“ mit *schwach* bewertet wird. Die Nutzungsmotive „zeitliche Freiheit“ und „Bekanntheit“ weisen eine *mittlere* Bewertungsintensität auf und die Motive „Schilderung des Redaktionsalltags“ und „alle Artikel an einem Ort aufbewahrt“ erhalten eine nur *sehr schwache* Bewertung seitens der Befragten.

Sprachliche Qualität (Qualitätskriterium 3)

Laut vier der acht Befragten ist eines der Qualitätskriterien die sprachliche Qualität. Diese zeichnet sich insbesondere durch den Schreibstil, die Rechtschreibung und Pointen aus. Es kann ein anderer Schreibstil als in der Zeitung verwendet werden. Der Schreibstil kann durchaus subjektiver, lustiger, lockerer, ansprechender gewählt werden. Jedenfalls soll die Intention verfolgt werden, dass sich der Nutzer beim Lesen des Weblogs nicht langweilt.

Knappheit der Informationen (Qualitätskriterium 4)

Ein weiteres Qualitätskriterium ist die Kurzheit und Knappheit von Informationen. Es sollen wenige Details und nichts Tiefgründiges präsentiert werden. Die Informationen sollen demnach kürzer sein, als es bei gedruckten Versionen der Fall ist. Für zwei der Befragten war dieses Kriterium wesentlich.

Struktur/ Aufbau des Textes (Qualitätskriterium 9)

Ein neues Qualitätskriterium ist, die Struktur und der Aufbau des Textes. Ein Journalist meint damit, dass dies gegeben erscheint, wenn Form und Inhalt zusammenpassen, ein anderer Journalist spricht in Hinblick darauf von schön strukturiertem Text. Dieses Kriterium wird von zwei Journalisten erwähnt und als wichtig erachtet.

Kriterien der Themenauswahl (Qualitätskriterium 14)

Ein Qualitätskriterium sind die Kriterien der Themenauswahl, wobei sich dieses Kriterium als ein neues darstellt. Es stellt sich als wichtig heraus, da es von fünf Befragten angegeben wurde. Demnach wird die Themenauswahl nach bestimmten Kriterien getroffen. Ein Befragter erläutert dazu, dass bei einem Themen-Blog – wie in seinem Fall – die Themen ohnehin schon limitiert sind und somit bestimmten Kriterien unterliegen. Für zwei

Journalisten ist die Themenauswahl nach jenen Kriterien zu treffen, dass man überlegt, was die Leser am meisten interessiert. Ein anderer Befragter erklärt, dass in Hinblick darauf das gleiche gilt, wie in der Zeitung, da er das Medium auch durch den Blog repräsentiert.

Befriedigung der Bedürfnisse der Leser (Qualitätskriterium 15)

Ein weiteres Qualitätskriterium ist die Befriedigung der Bedürfnisse der Leser, welches der Hälfte der Befragten als bedeutsam erscheint. Hier geht es um das Eingehen auf die Leser und um Überlegungen zu Themen, die die Leser interessieren könnten. Ein Journalist spricht in Hinblick auf die Bedürfnisse der Leser von Information, Unterhaltung und Services. Allerdings muss man als Journalist auch darauf achten, dass man zu dem jeweiligen Thema auch etwas sagen kann.

Service (Qualitätskriterium 17)

Als Qualitätskriterium zählt auch das Service für die Leser. Dies gibt zwar nur einer der Journalisten an, trotzdem ist es als neues Qualitätskriterium zu verstehen.

Nähe zum Autor (Qualitätskriterium 18)

Ein Kriterium ist die Nähe zum Autor, welches auch als neues Kriterium erscheint, wobei es nur von einem der Befragten erwähnt wurde. Dieser ist der Ansicht, dass es für den Leser selbst bedeutsam sein kann, wenn man den Autor persönlich kennt oder sich durch etwas anderes mit ihm persönlich verbunden fühlt.

Technische Komponenten (Qualitätskriterium 22)

Ein neues Qualitätskriterium in Blogs sind technische Komponenten. Dies wurde zwar nur von einem der Befragten als ein Qualitätskriterium eingestuft, trotzdem ist es als neues Kriterium zu erachten. Der Befragte bezieht sich im Speziellen auf technische Aspekte wie ein Fulltext-Feed, Fotos und Videos.

Wissen über die eigenen Fähigkeiten und Grenzen (Qualitätskriterium 23)

Ein Qualitätskriterium, das neu erscheint, ist das Wissen über die eigenen Fähigkeiten und Grenzen. Das bedeutet, man soll als Blogger nur jene Inhalte/Texte im Blog anbieten, von welchen man weiß, dass man diese gut macht bzw. kann und mit den notwendigen Fertigkeiten ausgestattet ist. Die Befragte bezieht sich auf einen gewissen Selbstbeschränkungsgrundsatz, dem zugrunde liegt, dass sie sich darüber bewusst ist, was sie

kann. Dieses Qualitätskriterium wurde von einem Befragten erwähnt, gilt somit trotzdem als ein neues.

Tiefe der Themen (Qualitätskriterium 25)

Ein Qualitätskriterium ist die Tiefe der Themen, dies wurde zumindest von einem Befragten als wesentliches Kriterium eingestuft und hat somit als neue Erkenntnis zu gelten.
Eine der Befragten ist der Meinung, dass eine gewisse Tiefe, mit der man in das Thema eindringt, gegeben sein muss, um Qualität zu gewährleisten.

Eigene Erlebnisse (Qualitätskriterium 26)

Als ein Qualitätskriterium werden eigene Erlebnisse verstanden. Dies ist für einen Befragten im Blogs von Bedeutung und ist somit eines der neuen Qualitätskriterien in Weblogs.

Qualitätskriterien					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
QK3	Sprachliche Qualität	innovativ	4 von 8	50	mittel
QK4	Knappheit der Informationen	innovativ	2 von 8	25	schwach
QK9	Struktur/ Aufbau des Textes	innovativ	2 von 8	25	schwach
QK14	Kriterien der Themenauswahl	innovativ	5 von 8	62,5	stärker
QK15	Befriedigung der Bedürfnisse der Leser	innovativ	4 von 8	50	mittel
QK17	Service	innovativ	1 von 8	12,5	sehr schwach
QK18	Nähe zum Autor	innovativ	1 von 8	12,5	sehr schwach
QK21	Interaktivität	innovativ	2 von 8	25	Schwach
QK22	Technische Komponenten	innovativ	1 von 8	12,5	sehr schwach
QK23	Wissen über die eigenen Fähigkeiten und Grenzen	innovativ	1 von 8	12,5	sehr schwach
QK25	Tiefe der Themen	innovativ	1 von 8	12,5	sehr schwach
QK26	Eigene Erlebnisse	innovativ	1 von 8	12,5	sehr schwach

Tabelle 31: Innovative Qualitätskriterien

Ein besonderes Ergebnis ist jenes der innovativen Qualitätskriterien, da nicht erwartet wurde, dass derart viele Kriterien als innovativ zu bezeichnen sind und demnach neue Ergebnisse bilden. Das Kriterium „Sprachliche Qualität“ und „Befriedigung der Bedürfnisse der Leser“ erhält eine *mittlere* Bewertung. Auch die Kriterien der Themenauswahl können als *stärker* eingestuft werden. Die Knappheit der Informationen, die Struktur/ Aufbau des Textes und die Interaktivität wurden jeweils von zwei Befragten erwähnt – demnach kann diesen eine *schwache* Bewertung zugeschrieben werden. Eine nur *sehr schwache* Bewertung (einer von acht Befragten) erhalten die Kriterien „Service“, „Nähe zum Autor“, „Technische

Komponenten“, „Wissen über die eigenen Fähigkeiten und Grenzen“, „Tiefe der Themen“ und „Eigene Erlebnisse“.

Blogosphäre ist selbstregulierend (Qualität und Ethik 4)

Manche Journalisten sind der Meinung, dass sich die Blogosphäre selbst reguliert. Dass in der Blogosphäre eine automatische Selektion stattfindet, meinen drei von acht Befragten, wobei der Schluss darauf, ob der Kodex aus diesem Grund benötigt oder nicht benötigt wird von den Befragten unterschiedlich angesehen wird. Einer hält sehr viel vom Ethik-Kodex und glaubt, dass sich dieser in der Blogosphäre auf lange Zeit gesehen durchsetzen lässt. Zwei andere Befragte meinen, dass jene Blogs, die dagegen verstoßen, durch automatische Selektion ohnehin nicht mehr gelesen werden.

Rechtliche Rahmenbedingungen fehlen (Qualität und Ethik 6)

Nach Meinung zweier Befragter fehlen in der Blogosphäre offen gelegte rechtliche Rahmenbedingungen. Auch die Fragen „Wer legt diese Rahmenbedingungen fest und in welcher Art und Weise werden Verstöße sanktioniert?“, bleiben in der Blogosphäre unklar. Diese Erkenntnis ist sicherlich eine neue.

Qualität und Ethik					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
QE4	Blogosphäre ist selbstregulierend	innovativ	3 von 8	37,5	eher schwach
QE6	Rechtliche Rahmenbedingungen fehlen	innovativ	2 von 8	25	schwach

Tabelle 32: Innovative Kriterien der ethischen Aspekte

Die Aussage, dass die Blogosphäre selbstregulierend fungiert, wird mit drei von acht Befragten als *eher schwach* bewertet, wobei der Aussage, dass in der Blogosphäre rechtliche Rahmenbedingungen fehlen, nur eine *schwache* Bewertung zugeschrieben werden kann.

Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten sind vergleichbar/ähnlich (Qualitätsvergleich 2)

Die Hälfte der Befragten ist der Meinung, dass sich die Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten vergleichen lassen. Zwei davon haben allerdings auch der Aussage, dass die qualitative Berichterstattung den Journalisten obliegt (siehe Kategorie QV1) zugestimmt. Dieses Ergebnis ist als ein neues zu verstehen, besonders da auch dieser Aussage

– gleich wie bei der Aussage, dass die qualitative Berichterstattung Journalisten obliegt – vier der acht Befragten zustimmten.

Einer der Befragten glaubt zwar, dass jeder – ob Journalist oder Nicht-Journalist – auf Qualität Wert legt. Allerdings schreibt er den Journalisten durch ihre Routine bessere Fertigkeiten beim Schreiben zu. Ein anderer Befragter ist sich sicher, dass Journalisten wie auch Nicht-Journalisten mit dem Medium bereits sehr vertraut sind. Ein Journalist weist auch darauf hin, dass auch Nicht-Journalisten in ihren Blogs zeigen wollen, was sie können und sich demnach bemühen anhand von journalistischen Kriterien zu arbeiten.

Nicht-Journalisten machen bessere Blogs (Qualitätsvergleich 4)

Zwei der Befragten sind der Meinung, dass Blogs von Nicht-Journalisten spannender und lustiger zu lesen sind, als Blogs von Journalisten. Einer meint, dass die Blogs von Nicht-Journalisten lustiger sind und macht dies an der Tatsache fest, dass sie mit weniger journalistischen Vorstellungen „belastet" sind und dadurch auch traditionelle Medien einbeziehen.

Qualitätsvergleich zwischen Journalisten und Nicht-Journalisten					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
QV2	Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten sind vergleichbar/ähnlich	innovativ	4 von 8	50	mittel
QV4	Nicht-Journalisten machen bessere Blogs	innovativ	2 von 8	25	schwach

Tabelle 33: Innovative Annahmen über den Qualitätsvergleich zwischen Journalisten und Nicht-Journalisten

Der Aussage, dass sich die Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten vergleichen lassen, wird eine *mittlere* Bewertung – durch die Zustimmung von vier von acht Befragten – zugeschrieben. Dass Nicht-Journalisten bessere Blogs machen, wurde mit *schwacher* Zustimmung bewertet.

Weblogs sind eher ein Werkzeug für freie Journalisten (Weblogs als Werkzeug für Journalisten / allgemein 3)

Ein Journalist ist der Meinung, dass Weblogs eher zu einem Werkzeug für freie als für angestellte Journalisten entwickelt. Dies basiert vorwiegend auf zeitlichen Kriterien, der Art der Verankerung in der Redaktion, der Arbeitsintensität und in Hinblick auf Themengenerierung.

Weblogs als Werkzeug allgemein					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
WA3	Weblogs sind eher ein Werkzeug für freie Journalisten	innovativ	1 von 8	12,5	sehr schwach

Tabelle 34: Innovative Ergebnisse zu Weblogs als Werkzeug allgemein

Ein innovatives Ergebnis, wenn auch mit nur sehr schwacher Bewertung – da dieses nur von einem Befragten erwähnt wurde – kann die Aussage „Weblogs sind ein eher Werkzeug für freie Journalisten“ gelten.

Spaß an der Sache (Weblogs als Werkzeug für Journalisten/ Nutzungszwecke 4)

Sieben der acht Befragten nutzen Weblogs zur Unterhaltung, aus Spaß an der Sache, zum Amüsement und aus Spaß an anderen Ausdrucksmöglichkeiten. Einer nennt das Weblog von Peter Pilz, welchen er aus Spaß genutzt hat. Für einen weiteren ist Spaß überhaupt der wichtigste Zweck des Bloggens. Da dies sieben von acht befragten Journalisten angeben gilt dies als ein neues, innovatives Ergebnis in Hinblick auf die Nutzungszwecke von Weblogs.

Neugierde, Interesse, Erweiterung des eigenen Horizonts / Aneignung von Wissen (Weblogs als Werkzeug für Journalisten/ Nutzungszwecke 6)

Zwei der Befragten nutzen Blogs aus Interesse und aus Neugierde an Inhalten und verfolgen die Intention durch Weblogs ihren Horizont zu erweitern sowie das Handwerkszeug zu erlernen und ihre Kompetenz in dem Bereich zu erweitern. Journalisten suchen in Weblogs nach Information und Wissen, das sie sich aneignen können. Ein Befragter meint in Bezug auf das Erlernen des Handwerkszeugs, dass er das Bewegen in diesem neuen Umfeld spielerisch erlernt. Außerdem ist es möglich sich Wissen anzueignen, das man später in Form einer Geschichte wieder einmal brauchen kann.

Aufträge/ Verdienstmöglichkeit (Weblogs als Werkzeug für Journalisten/ Nutzungszwecke 8)

Zwei der befragten Journalisten erhalten durch Blogs Aufträge bzw. interessante Angebote. Dies ist eines der neuen Ergebnisse. Ein Befragter beschreibt, dass er durch die Führung seines eigenen Blogs bereits Workshops gehalten und Konzepte geschrieben hat und dabei verdiente. Ein anderer Befragter gibt auch bekannt bereits Aufträge erhalten zu haben.

Weblogs als Werkzeug: Nutzungszwecke					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
WN4	Spaß an der Sache	innovativ	7 von 8	87,5	stark
WN6	Neugierde, Interesse, Erweiterung des eigenen Horizonts / Aneignung von Wissen	innovativ	2 von 8	25	schwach
WN8	Aufträge/ Verdienstmöglichkeit	innovativ	2 von 8	25	schwach

Tabelle 35: Innovative Nutzungszwecke von Weblogs als Werkzeug

Folgende Nutzungsmotive können als innovative Ergebnisse in Hinblick auf die Nutzungszwecke von Weblogs gelten: Dem Nutzungszweck „Spaß an der Sache“ wurde eine *starke* Bewertung dargelegt, wobei den beiden anderen Nutzungszwecken „Neugierde, Interesse, Erweiterung des eigenen Horizonts / Aneignung von Wissen“ und „Aufträge/ Verdienstmöglichkeit“, trotz ihres innovativen Charakters, von den Befragten eine *schwache* Bewertung zugeschrieben wurde.

Weblogs sind eine Gefahr für traditionelle Medien (Verhältnis der österreichischen Blogosphäre und den traditionellen Medien 4)

Fünf der Befragten sehen in Weblogs eine Gefahr für traditionelle Medien. Dies ist als neues Ergebnis zu verstehen, da es eindeutig von dem erwartbaren Ergebnis (siehe These 4.2.) abweicht.

Ein Befragter ist der Meinung, dass Weblogs nicht für alle Medien eine Gefahr darstellen, jedoch besonders für das Medium Fernsehen, da sie „Mitmachfernsehen“ sind. Ein anderer Befragter ist der Meinung, dass es die Online-Angebote der Medien immer weniger schaffen, sich zu bewähren, da diese es ihnen immer weniger gelingt, die Bedürfnisse – insbesondere von jungen – Menschen zu erfüllen. Ein Journalist sieht es als Gefahr, dass sich Blogs zu etablierten Medien entwickeln.

Der journalistische Alltag durch Blogs verändert (Verhältnis der österreichischen Blogosphäre und den traditionellen Medien 7)

Sechs der acht Befragten sind der Ansicht, dass sich der journalistische Alltag durch Weblogs verändert hat. Dies steht im Gegensatz zu der Vermutung (siehe These 4.3.), dass sich der journalistische Alltag durch Blogs nicht oder nur wenig verändert hat.

Ein Journalist ist der Meinung, dass Weblogs den journalistischen Alltag insofern beeinflussen, als dass sich die Erwartungen an die Zeitungen verändern. Ein Befragter meint, dass sich die Gatekeeper-Rolle von Journalisten durch Weblogs sehr verändert hat. Ein

Journalist macht den Einfluss eher daran fest, als dass er sich selbst überlegen muss, welche Themen – durch die Fülle an Information – für seine Blog-Einträge überhaupt noch übrig bleiben. Zwei Journalisten bringen das Thema Aufmerksamkeit hervor. Einer davon glaubt zwar nicht, dass Blogs einmal erfolgreicher werden, als die traditionellen Medienhäuser, ihren „Anteil am Kuchen" jedoch ganz sicher bekommen werden. Der andere spricht ebenfalls vom Kampf um das Zeitbudget von Menschen.

Der journalistische Alltag hat sich durch die gesamte Online-Produktion verändert (Verhältnis der österreichischen Blogosphäre und den traditionellen Medien 9)

Ein neues Ergebnis ist, dass sich der journalistische Alltag durch die gesamte Online-Produktion verändert hat. Dieser Ansicht ist die Hälfte der befragten Journalisten. Speziell sind sie der Meinung, dass sich der journalistische Alltag zwar verändert hat, aber nicht nur durch Blogs, sondern mehr durch den gesamten Online-Bereich. Blogs sind nur ein Teil davon, nicht das Kernthema.

Verhältnis zwischen der Blogosphäre und den traditionellen Medien					
Nummer	**Name**	**Erwartung**	**Häufigkeit**	**Ausprägung in %**	**Bewertung**
V4	Weblogs sind eine Gefahr für traditionelle Medien	innovativ	5 von 8	62,5	stärker
V7	Der journalistische Alltag durch Blogs verändert	innovativ	6 von 8	75	eher stark
V9	Der journalistische Alltag hat sich durch die gesamte Online-Produktion verändert	innovativ	4 von 8	50	mittel

Tabelle 36: Innovative Annahmen über das Verhältnis der Blogosphäre und den traditionellen Medien

Die folgenden innovativen Ergebnisse zu den Annahmen über das Verhältnis der Blogosphäre und den traditionellen Medien weisen insgesamt einen stärkeren Bewertungscharakter auf: Der Aussage „Weblogs sind eine Gefahr für traditionelle Medien" kann eine *stärkere* Bewertung zugeschrieben werden, wobei der Aussage „Der journalistische Alltag durch Blogs verändert" eine *eher starke* Bewertung erhält. Dass sich der journalistische Alltag durch die gesamte Online-Produktion verändert hat, wird von den Befragten mit einer *mittleren* Bewertungsintensität bestätigt.

9.2. Beantwortung der Forschungsfragen

In der Folge werden nun die Forschungsfragen des empirischen Teils dieser Arbeit beantwortet. Auf diesen aufbauend werden im Anschluss Thesen generiert, die als Anregung für die weitere Forschung dienen können.

- *Forschungsfrage 1.1:* Aus welchen Gründen führen österreichische Journalisten ein Weblog? Was sind ihre Motive, Motivationen und Intentionen?

Die Nutzungsmotive für die Weblog-Führung österreichischer Journalisten lassen sich – wie bereits aus Kapitel 9.1. hervorgeht – in drei Ergebniskategorien einteilen: Die bestätigten Nutzungsmotive liefern Ergebnisse zu den bereits aus der Literatur hervorgehenden Nutzungsmotiven. Dazu gehören die Veröffentlichung von Inhalten, das Feedback und die thematische Freiheit. Das am stärksten bestätigte Nutzungsmotiv ist mit 100% (alle der acht Befragten waren dieser Meinung) das Feedback/der Kontakt mit der Leserschaft. Auch die Veröffentlichung von Inhalten ist mit 87,5% zu den bestätigten Nutzungsmotiven zu zählen. Außerdem ist auch die thematische Freiheit zu diesen zu zählen, wobei die Hälfte der Befragten dies als eine ihrer Motivationen angegeben hat.
Jene Nutzungsmotive, die ebenfalls erwartbar waren, jedoch von dieser Erwartung abweichten, wurden als „abweichende Nutzungsmotive“ bezeichnet. Die Ergebnisse zeigen, dass die Motive des Gewinnens einer (neuen) Leserschaft sowie Neues Kennen zu lernen mit 37,5% *eher schwach* bewertet wurden. Auch das Networking und die Ideen für Artikel wurden nur *schwach* bewertet (25%). Nur einer der Befragten (12,5%) gab das Motiv „Spaß/Unterhaltung“ als Nutzungsmotiv an. Das Motiv des Schreibstils wurde kein einziges Mal erwähnt und weicht somit auch von der Erwartungshaltung ab.
Die neuen/innovativen Ergebnisse in Hinblick auf die Nutzungsmotive sind: „Zeitliche Freiheit“ und „Bekanntheit“ mit 50%, Platz/Raum“ und „Forderung der Weblog-Führung seitens des Mediums“ mit 37,5%, „neue Aufträge“ mit 25%, sowie „Schilderung des Redaktionsalltags“ und „alle Artikel an einem Ort aufbewahrt“ mit 12,5%.

Diskussion der Thesen – Modul 1

Wie aus These 1.1. hervorgeht, stellt die Hauptmotivation österreichischer Journalisten für die Führung eines Weblogs die Möglichkeit Inhalte zu veröffentlichen dar. Wie aus den Ergebnissen hervorgeht, kann diese Vermutung durch 87,5% der Befragten bestätigt werden. Dass sie neue bzw. andere Themen bearbeiten können, bestätigen 50%, wobei die Ideen- und

Themenfindung mit nur 25% ein relativ schwaches Nutzungsmotiv darstellt. Allerdings sind die Verwendung eines neuen Schreibstils bzw. die Übung in neuen Ausdrucksmöglichkeiten kein Nutzungsmotiv für Journalisten.
These 1.2. geht von einer Motivation der Journalisten durch den Aufbau bzw. Gewinn einer anderen/neuen Leserschaft aus, was nur von 37,5% der Befragten, demnach eher schwach bestätigt wird. Die Feedbackmöglichkeit ist mit 100%-iger Zustimmung das stärkste der Nutzungsmotive von Journalisten. Das Networking nimmt mit 25% nur eine schwache Stellung unter den Motiven ein.
Zusätzliche Motivationen, wie Spaß an dieser Form des Publizierens, Neugierde und Interesse an dem Weblogging-Bereich sowie die Kompetenzsteigerung in demselben wird in These 1.3. vorausgesetzt. Die Studie zeigt, dass Spaß – inkludiert auch Neugierde, Interesse und Kompetenzsteigerung ein sehr schwaches Nutzungsmotiv darstellt.

- *Forschungsfrage 2.1:* Welche journalistischen sowie internetspezifischen Qualitätskriterien werden in Journalisten-Blogs angewendet bzw. welche Maßstäbe werden zur Qualitätssicherung gesetzt?

Die journalistischen bzw. internetspezifischen Qualitätskriterien, die in Journalisten-Blogs angewendet werden sind: die Sorgfalt, Wahrheit und Wahrhaftigkeit, die Wahrung der Interessen Dritter, die Subjektivität, die Transparenz, die Richtigkeit (alle Kriterien mit 75%) und die Verlässlichkeit (12,5%). Diese sind als bestätigte Ergebnisse zu klassifizieren, wobei die abweichenden Qualitätskriterien österreichischer Journalisten die folgenden sind: Sicherheit, Unabhängigkeit, Unterhaltsamkeit und Information (alle 50%), Aktualität/ Schnelligkeit (37,5%) und Sachlichkeit (12,5%). Generell sind drei von vier der Befragten der Meinung, dass in Weblogs die gleichen Qualitätskriterien wie in traditionellen Medien gelten, wobei einer dieser Befragten der Meinung ist, dass in Weblogs andere Grundsätze gelten, als in Zeitungen.
Die aus dieser Studie hervorgehenden neuen Ergebnisse in Hinblick auf Kriterien der Qualität sind: Die „Kriterien der Themenauswahl“ (62,5%) „Sprachliche Qualität“ und „Befriedigung der Bedürfnisse der Leser“ (50%), „Knappheit der Informationen“, „Struktur/Aufbau des Textes“, „Interaktivität“ (25%) sowie „Service“, „Nähe zum Autor“, „Technische Komponenten“, „Wissen über die eigenen Fähigkeiten und Grenzen“, „Tiefe der Themen“ und „eigene Erlebnisse“ (12,5%).

- *Forschungsfrage 2.2:* Was halten österreichische Journalisten von den im Internet kursierenden Vorschlägen für einen „Ethik-Kodex“ von Bloggern für Blogger?

Wie die Ergebnisse zeigen, weichen diese voneinander ab: 62,5% der österreichischen Journalisten sind der Meinung, dass eine freiwillige Selbstkontrolle durch den Ethik-Kodex wünschenswert und auch durchsetzbar ist. Dieses Ergebnis gilt als bestätigt. Allerdings meinen ebenfalls 62,5% der Journalisten, dass der Ethik-Kodex ihrer Ansicht nach undurchsetzbar ist.
Als von den Erwartungen abweichend kann das Ergebnis der „Sanktionierungen bei Verstößen“ gesehen werden. Damit meinen 37,5% der Befragten, dass bei Verstößen gegen ethische Prinzipien Sanktionierungen gegenüber den betreffenden Personen geltend gemacht werden sollen. 25% der Befragten erklären, dass die rechtlichen Rahmenbedingungen in der Blogosphäre noch weitestgehend unklar sind. Dies ist eine neue Sichtweise und somit zu den innovativen Ergebnissen zu zählen. Dazu zählt auch das Ergebnis, dass die Blogosphäre selbstregulierend fungiert (37,5%).
Zusammenfassend kann daraus gefolgert werden, dass den sich widersprechenden Aussagen, einerseits jene die die Durchführbarkeit des Ethik-Kodex und die freiwillige Selbstkontrolle durch den selben erklären, andererseits jene die die Undurchführbarkeit des Kodex klären, durch die Bewertung beider Aussagen mit 62,5% dieselbe Aussagekraft besitzen.

- *Forschungsfrage 2.3.:* Lassen sich in Hinblick auf Qualität in Weblogs die Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten nach Ansicht österreichischer Journalisten vergleichen?

In Hinblick auf die Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten zeigen die Ergebnisse, dass sowohl der Aussage, dass die qualitative Berichterstattung Journalisten obliegt, als auch jener, dass sich die Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten vergleichen lassen mit 50% zugestimmt wurde. Da sich die Aussagen widersprechen, kann hier kein eindeutiges Ergebnis dargestellt werden. Ein Ergebnis, das innovativ erscheint ist jedoch, dass 25% der Befragten meinen, dass Nicht-Journalisten die besseren Weblogs produzieren. Ein zusätzliches – von der Erwartung abweichendes – Ergebnis ist, dass ebenfalls 25% hinzufügten, dass die Konsequenzen bei Verstößen für Journalisten wie auch Nicht-Journalisten identisch sein müssen.

Diskussion der Thesen – Modul 2

Dass Journalisten bei der Führung ihres Weblogs stets auf journalistische Kriterien der Qualität, wie in ihrem Ursprungsmedium, achten – wie aus These 2.1. hervorgeht – kann mit 75%-iger Zustimmung der Befragten bestätigt werden. Die Journalisten halten sich an die Kriterien der Unabhängigkeit (50%), Sorgfalt, Wahrheit und Wahrhaftigkeit (75%), Achtung von Menschenwürde, Persönlichkeitsrechten und Informantenschutz (75%), Sicherheit (50%), Sachlichkeit (12,5%), Information (50%), Richtigkeit (75%) und Transparenz (75%). In Hinblick auf die zwei internetspezifischen Kriterien, legen sie allerdings mehr Wert auf Aktualität (37,5%) als auf Interaktivität (25%). Dass das Kriterium der Unterhaltsamkeit in Blogs missachtet wird, widerlegen 50% der Befragten. Objektivität (0%) und Verlässlichkeit (12,5%) nehmen keinen oder nur einen geringen Stellenwert ein.

Dass die Einhaltung ethischer Grundprinzipien im Internet die gleiche Rolle wie in traditionellen Medien spielt – wie These 2.2. vermuten lässt – bestätigen 62,5% der Befragten, was allerdings nur knapp über dem Mittelwert liegt. Eine freiwillige Selbstkontrolle durch den Ethik-Kodex ist zu 62,5% durchaus erwünscht, wobei ebenso viele der Befragten meinen, dass der Ethik.Kodex in der Blogosphäre nicht durchführbar ist. In Hinblick auf die institutionalisierte Qualitätskontrolle ist zu sagen, dass 37,5% der Journalisten meinen, dass sich die Blogosphäre ohnehin selbst reguliert. Drei von acht Journalisten sind dafür, dass Sanktionierungen bei Verstößen geltend gemacht werden sollen.

These 2.3. lässt vermuten, dass nach Ansicht österreichischer Journalisten ihre Berufsgruppe selbst mehr als Nicht-Journalisten auf qualitative Berichterstattung achtet. Allerdings kommt die Studie zu dem Ergebnis, dass zwar 50% der Meinung sind, dass qualitative Berichterstattung den Journalisten obliegt, ebenso gehen aber 50% davon aus, dass sich die Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten sind vergleichen lassen. Sie sind zumindest zu 25% dafür, dass die Konsequenzen bei Verstößen für Journalisten und Nicht-Journalisten gleich gehandhabt werden müssen, da das Internet in diesem Fall nicht unterscheidet. Auch wenn dies nur von zwei der Befragten erwähnt wurde, widerspricht diesem Ergebnis keiner der Befragten.

- *Forschungsfrage 3.1.:* Zu welchen Zwecken werden Weblogs heutzutage von Journalisten genutzt?

Wie vermutet, nutzen österreichische Journalisten Weblogs zur Ideen- und Themenfindung, zum Networking (beide 62,5%), zur Veröffentlichung von Inhalten und zur Recherche (beide

50%). Außerdem nutzen sie Weblogs zur Information (25%), wobei dies als abweichendes Ergebnis festgehalten werden kann. Noch interessanter erscheint jedoch, dass Journalisten Weblogs auch aus „Neugierde, Interesse, Erweiterung des eigenen Horizonts, zur Aneignung von Wissen“ und für neue Aufträge sowie als Verdienstmöglichkeit zu 25% nutzen. Das vermutlich stärkste Ergebnis ist die Nutzung von Blogs aus „Spaß an der Sache“, was sieben von acht Befragen bestätigen.

- *Forschungsfrage 3.2.:* Sind Weblogs zu einem Werkzeug für Journalisten geworden?

Wider aller Erwartungen zeigen die Ergebnisse, dass 25% der Journalisten der Meinung sind, dass Weblogs mittlerweile ein Werkzeug für Journalisten geworden sind, während ebenfalls 25% das Gegenteil meinen. Beide Ergebnisse weichen von den Erwartungen ab und liefern kein eindeutiges Ergebnis. Allerdings ist sich einer der Befragten (12,5%) sicher, dass Weblogs eher zu Werkzeug für freie Journalisten geworden sind. Auch wenn dies nur ein Befragter meint, hat dieses Ergebnis dennoch als innovativ zu gelten.

Diskussion der Thesen – Modul 3

Wie auch aus These 3.1 hervor geht nutzen Journalisten Weblogs zur Publikation eigener Inhalte, wie auch zur Recherche – beides findet 50%-ige Zustimmung.
Mehr jedoch, nämlich jeweils fünf von acht Befragten nutzen diese zur Ideen- und Themenfindung und zum Networking, wobei der Zweck der Information mit 25% von weit geringerer Relevanz ist. Es kann bestätigt werden, dass die Befragten Weblogs als Mittel zur Meinungsbildung, zur Bestätigung von Fakten und zum Entdecken von „breaking news“ bzw. Skandalen keineswegs nutzen.
These 3.2. geht davon aus, dass Weblogs noch nicht zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit geworden sind, da sie nicht ernst genug genommen werden. Die Ergebnisse zeigen aber, dass die Aussage, dass Weblogs kein Werkzeug für Journalisten, wie auch die Aussage, dass Weblogs ein Werkzeug für Journalisten geworden sind, nur 25% Zustimmung erhalten.

- *Forschungsfrage 4.1.:* Haben nach Meinung der Journalisten österreichische Medienunternehmen im internationalen Vergleich Nachholbedarf im Blogging-Bereich?

Laut Ansicht von sieben von acht Befragten haben österreichische Medienunternehmen im internationalen Vergleich Nachholbedarf. Dies geht auch aus den Erkenntnissen aus der Literatur hervor und wird durch diese Studie zusätzlich bestätigt.

- *Forschungsfrage 4.2.:* Wie bewerten österreichische Journalisten die Annahme vieler Autoren über Weblogs als Gefahr für die klassischen Medien, sowie die Annahme, dass das wachsende Interesse an Blogs mit der Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien einher geht?

75% der Befragten sind der Meinung, dass Weblogs nicht als Gefahr für die klassischen Medien zu sehen sind, wobei 62,5% der entgegen gesetzten Meinung sein, dass Weblogs eine Gefahr für traditionelle Medien darstellen. Dieses Ergebnis ist kein eindeutiges, wobei hier angemerkt werden soll, dass die Aussage Weblogs nicht als Gefahr für traditionelle Medien zu verstehen, auch mit dem Effekt der „sozialen Erwünschtheit" einher gehen könnte. Interessant ist hier, dass fünf Befragte viel eher meinen, dass Weblogs für traditionelle Medien eine Bereicherung bzw. Ergänzung darstellen.
Der Annahme, dass das wachsende Interesse an Blogs nicht an der Unzufriedenheit der Leser liegt, stimmen 75% der Befragten zu, wobei nur einer der Befragten – der entgegen gesetzten Meinung ist. Somit kann davon ausgegangen werden, dass die Unzufriedenheit – sollte diese tatsächlich bestehen – nicht oder nur wenig mit dem wachsenden Interesse an Weblogs einhergeht.

- *Forschungsfrage 4.3.:* Hat sich der journalistische Alltag durch Weblogs verändert?

Dass sich der journalistische Alltag durch Blogs nicht verändert hat, meinen zwei der Befragten, im Gegensatz zu den anderen sechs, die das bejahen. Allerdings ist die Hälfte der Befragten der Ansicht, dass sich der journalistische Alltag durch die gesamte Online-Produktion verändert hat. Es wurde zwar davon ausgegangen, dass die Journalisten nicht von einer Veränderung des journalistischen Alltags ausgehen, aber – wie die Ergebnisse zeigen – zeichnet sich eine deutliche Veränderung ab, besonders hinsichtlich auf die gesamte Online-Produktion, wobei Blogs hier nur einen Teil ausmachen, aber selbstverständlich hinzu zu zählen sind.

- *Forschungsfrage 4.4.:* Hat die österreichische Mediensituation Einfluss auf die Entwicklung von Journalisten-Blogs?

Dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die Entwicklung von Journalisten-Blogs hat, meinen zwei von acht Befragten. Allerdings sind auch nur drei der befragten Journalisten der Meinung, dass zwischen der österreichischen Mediensituation und Journalisten-Blogs kein oder ein nur geringer Zusammenhang besteht. Beide Ergebnisse gelten – wenn dies auch für die Studie relativ unerheblich ist, da kein eindeutiges Ergebnis festgemacht werden kann – als bestätigt, da davon ausgegangen wurde, dass österreichische Journalisten keinen oder nur geringen Zusammenhang zwischen Journalisten-Blogs und der Mediensituation in Österreich sehen.

Diskussion der Thesen – Modul 4

Wie auch These 4.1. vermuten lässt, haben nach Meinung der Journalisten österreichische Medienunternehmen im internationalen Vergleich Nachholbedarf im Weblog-Bereich. Dies bestätigen mit einer Ausnahme alle Befragten. Dass sie weiters der Ansicht sind, Österreich würde im Weblogging-Bereich und dem gesamten Online-Bereich einigen anderen Ländern unterlegen sein, kann hier – da hierzu kein Ergebnis vorliegt – nicht bestätigt werden, und somit nur eine Vermutung bleiben.

Dass österreichische Journalisten – wie aus These 4.2. hervorgeht – der Annahme, Weblogs wären als eine Gefahr für den Journalismus zu verstehen, ihren Wahrheitsgehalt absprechen, zeigt die Zustimmung von sechs von acht Befragten zu dieser Thematik. Allerdings sind auch fünf Befragte der Meinung, dass diese Annahme unwahr ist. Sechs von acht Befragten sind außerdem der Meinung, dass die Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien keineswegs das steigende Interesse an Blogs bedingt. Nur einer der Befragten sprach sich dagegen aus. Das Verständnis von Weblogs als Bereicherung bzw. Ergänzung für klassische Medien teilen fünf von acht Befragten.

Dass sich der journalistische Alltag nicht oder in nur geringem Maße durch Blogs verändert hat – wie These 4.3. vermutet – meinen nur zwei der Befragten, wobei die sechs anderen die gegenteilige Meinung vertreten.

Wie These 4.4. veranschaulicht, sind Journalisten nicht der Meinung, dass die österreichische Mediensituation einen besonderen Einfluss auf die Entwicklung von Journalisten-Blogs hat. Allerdings sehen 25% hier sehr wohl einen Zusammenhang.

10.Diskussion der Ergebnisse

Als das Weblog-„Phänomen“ um 2004 seinen Aufschwung und seine größere Bekanntheit erfuhr, war die Nutzung von Weblogs im österreichischen Raum noch wenig verbreitet. Besonders der österreichische Journalismus wagte sich erst vergleichsweise spät an dieses Phänomen heran. Da diese Entwicklung in der österreichischen Forschung jedoch nicht ausreichend und nur vage dargestellt wurde, hat sich diese Arbeit zur Aufgabe gemacht, die Nutzung vom Blogs durch Journalisten im nationalen Kontext darzustellen. Hauptsächlich richtet sich diese an die (nationale) kommunikationswissenschaftliche Forschung sowie an Vertreter österreichischer Medien. Aber auch in Zusammenhang mit Interessierten anderer Länder kann die Arbeit von Vorteil sein, um in Hinblick auf die österreichischen Gegebenheiten zu dieser Thematik, aktuelle Informationen zu erlangen.

An dieser Stelle sollen die Ergebnisse der vorliegenden Studie mit Ergebnissen, die aus dem aktuellen Forschungsstand abzuleiten sind, verglichen und diskutiert werden.

In der Literaturstudie wurden die Nutzungsmotive (Kapitel 4.2) bereits thematisiert, wobei hier nur die Ergebnisse von Martin WELKER herangezogen werden sollen, da sich diese dezidiert auf den Journalismus beziehen. In Bezug auf die Nutzungsmotive existiert bis heute im nationalen Kontext allerdings noch keine vergleichbare Studie, die man zur Diskussion der Ergebnisse heran ziehen könnte.
In Hinblick auf die *Nutzungsmotive* österreichischer Journalisten zeigen die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit, dass die Motive in großer Zahl vorhanden sind und sich auf unterschiedliche Motivationen zurückführen lassen.
Die Ergebnisse von WELKERS Untersuchung zeigen in erster Linie, dass Journalisten die Intention verfolgen, Kolleginnen und Kollegen einen Überblick über medienrelevante Berichte zu geben, die eigene Kompetenz in diesem Bereich zu steigern und Spaß an dieser Form des Publizierens zu haben (vgl. Welker, Martin in: Message 1/2006, S.88). Im Vergleich dazu zeigen die Ergebnisse der Studie dieser Arbeit, dass eines der Nutzungsmotive, welches sich am stärksten vom klassischen Journalismus abgrenzt, das von den Journalisten am meisten genannte Motiv ist: Das Feedback bzw. der Kontakt mit den Lesern. Dies zeigt auch, dass Journalisten vom Sender auch zum Empfänger werden möchten, wie auch bereits BRECHT in seiner Radiotheorie ankündigte. Sie legen Wert auf die Meinung der Leser und können anhand von Weblogs – leichter als im Ursprungsmedium – mit ihrer

Leserschaft In Kontakt treten. Es wird hier einerseits über Kommentare im Blog, als auch – auf eher privater Ebene – via E-Mail kommuniziert. Kritik, die von Lesern an die Journalisten gelangt, wird angenommen und oftmals versucht umzusetzen. Besonders interessant erscheint dabei auch, dass die Journalisten kritischen Kommentaren in der Regel positiv gegenüberstehen, da sie ihre Arbeit verbessern können. Das von WELKER besprochene Ergebnis, Kollegen einen Überblick über medienrelevante Berichte zu geben, scheint in der Studie dieser Arbeit nicht auf. Die *Veröffentlichung von Inhalten* ist eines der stärksten Nutzungsmotive, wobei österreichische Journalisten vor allem die zeitliche und thematische Freiheit, die ihnen diese Publikationsplattform bietet, schätzen. Dies kann eventuell mit WELKERS Ergebnis, der Beschreibung von Weblogs als eine *neue Form des Publizierens,* gleichgesetzt werden (vgl. Welker, Martin in: Message 1/2006, S.88). Weitere ausgewählte Antworten von WELKERS Studie beschreiben, die *Herstellung von Identifikation und Austausch von Erfahrungen* und als *gegenseitige künstlerische Befruchtung* (vgl. ebd., S.88). Dieses Ergebnis kann mit einem Ergebnis der vorliegenden Untersuchung verglichen werden, nämlich mit dem *Networkingfaktor* als Nutzungsmotiv von Journalisten. WELKERS Ergebnisse zeigen weiters, dass ein Motiv der Journalisten der *Spaß an dieser Form des Publizierens* ist (vgl. ebd., S.88). Auch die vorliegende Studie ermittelte *Spaß und Unterhaltung* als Nutzungsmotiv von (österreichischen) Journalisten. Ein weiteres Ergebnis von WELKER, das sich auch in der vorliegenden Studie findet, ist das *Festhalten von Erfahrungen und Testergebnissen* oder *Artikeln*, die nicht unmittelbar im Ursprungsmedium publiziert werden können (vgl. ebd., S.88). In dieser Studie wurde ebenfalls ein ähnliches Nutzungsmotiv ermittelt: Journalisten nutzen Weblogs auch deshalb, um für ihre Artikel *Platz* zu erhalten, der ihnen im Ursprungsmedium nicht zur Verfügung steht. Das letzte Ergebnis WELKERS in Bezug auf die Nutzungsmotive von Journalisten ist, die *Kompetenz in diesem Bereich zu steigern.* In der vorliegenden Studie fällt die Kompetenzsteigerung in das Nutzungsmotiv *Neues Kennen zu lernen*, die die Möglichkeit des Bloggens mit sich bringt. WELKER zeigt außerdem auf, dass das Bloggen als *Stilübung* von Journalisten verstanden wird (vgl. ebd., S.88), wobei sich dies in der vorliegenden Studie nicht als Nutzungsmotiv herausstellte. Die Ergebnisse dieser Studie zeigen auch, dass österreichische Journalisten das Ziel verfolgen durch das Weblog einen gewissen Grad an Bekanntheit zu erlangen und neue Aufträge zu erhalten (freie Journalisten). Hinzu kommt, dass Journalisten das Bestreben haben, eine neue Leserschaft zu gewinnen.

Generell lässt sich zu den Nutzungsmotiven festhalten, dass sich im Vergleich zu WELKERS Untersuchung in der vorliegenden Studie viel mehr Nutzungsmotive als relevant

herausstellten. Außerdem ist hier eine grundlegende Unterscheidung zu treffen, da sich WELKERS Ergebnisse auf deutsche Journalisten beziehen, die Ergebnisse dieser Studie jedoch auf Österreich.

* * *

In Hinblick auf die Qualitätssicherung und journalistische Standards in Weblogs können die Untersuchungen von LENHART/FOX (2005 und 2006) und von ARMBORST (2005) herangezogen werden: ARMBORST (2005) fand durch eine Untersuchung deutschsprachiger Blogger heraus, dass Blogger über eine hohe Akzeptanz journalistischer Normen verfügen. (vgl. Armborst, 2006, S.141ff). LENHART/FOX fanden durch eine repräsentative Befragung in den USA heraus, dass viele Blogger meinen, sich an journalistische Standards zu halten (vgl. Neuberger/ Nuernbergk/ Rischke in: Media Perspektiven 2/2007, S.106). Auch in der vorliegenden Studie kam man zu einem ähnlichen Ergebnis: In Hinblick auf die *Qualität* werden laut den Befragten in Weblogs die gleichen bzw. ähnliche Qualitätskriterien eingehalten wie in traditionellen Medien. Neben journalistischen Qualitätskriterien sind auch internetspezifische Kriterien wie die Befriedigung der Bedürfnisse der Leser, Nähe zum Autor sowie die Interaktivität von Bedeutung, die in traditionellen Medien aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht eingehalten werden können. Journalisten zeigen hier aber besonders deutlich, dass sie auch jene Kriterien einhalten, die von jenen ihres Berufes abweichen. Die Tatsache, dass österreichische Journalisten auf einem anderen Medium auch andere Komponenten bzw. Kriterien beachten und einhalten, zeigt hohe Bereitschaft und somit auch Flexibilität in ihren Arbeitsweisen.

Laut LENHARD/FOX gab rund ein Drittel der Befragten an, häufig *Fakten zu überprüfen* und *durch Links auf die Originalquellen zu verweisen* (vgl. Neuberger/ Nuernbergk/ Rischke in: Media Perspektiven 2/2007, S.106). Die vorliegende Studie kam zu einem etwas höheren Ergebnis: 75% der Befragten gab an, dass die *Transparenz,* demnach die Linksetzung bzw. Nennung der Quellen bei Online- und Offline-Quellen, gegeben sein muss. Außerdem zeigt die Studie von LENHARD/FOX, dass 11% der Befragten angaben, das *nachträgliche Korrigieren von Fehlern* sei keine Seltenheit (vgl. ebd., S.106). Die Überprüfung von Fakten und die Korrektur von Fehlern fallen in der vorliegenden Studie in die Kategorie der *Richtigkeit*. Hiermit ist die Recherche, die Kontrolle und Korrektur der Einträge, das Einholen von Zusatzinformationen und Zusatzmaterialien zur Überprüfung von Fakten gemeint. Im Vergleich zu LENHARD/FOX zeigen hier jedoch 75% der Befragten, dass diese für sie bedeutend ist und zu den Qualitätskriterien, die in Weblogs einzuhalten sind, zu zählen sind.

Aus diesem Grund bringt die vorliegende Studie deutlichere Ergebnisse hervor als jene von ARMBORST oder LENHARD/FOX.

* * *

In der Blogosphäre haben bisher nur wenige Diskussionen über ethische Standards stattgefunden, weshalb es sich für diese Arbeit als bedeutsam herausstellte, den *Ethik-Kodex* zu thematisieren. Der in der Blogosphäre kursierende Ethik-Kodex stellt eine gute Alternative zur im Journalismus meist vorhandenen institutionalisierten Qualitätskontrolle dar. BLOOD schlägt sechs grundlegende Regeln vor, die eine Basis ethischen Verhaltens darlegen:

- *"Publish as fact only what you believe is true"*
- *"If material exists online, link to it when you reference it"*
- *"Publicly correct any misinformation"*
- *"Write each entry as if it could not be changed; add to, but do not rewrite or delete, any entry"*
- *"Disclose any conflict of interest"*
- *"Note questionable and biased sources" (Blood 2002, S. 117-120).*

In der Literatur wurden keine vergleichbaren Studien zu dieser Thematik gefunden, weshalb hier nur die Ergebnisse der vorliegenden Studie diskutiert werden können: Diese zeigen, dass eine Selbstkontrolle durch den Ethik-Kodex als durchführbar und erwünscht erscheint, jedoch lediglich auf freiwilliger Basis. Allerdings wird die Durchsetzbarkeit des Kodex von manchen Journalisten wiederum bezweifelt, da diese der Meinung sind, dass die Blogosphäre nicht in der Lage ist eine institutionalisierte Qualitätskontrolle zu ersetzen. Bei Verstößen gegen ethische Prinzipien sollen jedoch Sanktionierungen gegenüber den betreffenden Personen geltend gemacht werden. Diese Konsequenzen müssen für Journalisten wie auch Nicht-Journalisten identisch ausfallen. Tatsache ist jedoch, dass die Blogosphäre selbstregulierend fungiert.

* * *

In vielen anderen Ländern haben sich *Weblogs bereits zu Werkzeugen traditioneller Journalisten* entwickelt. Beispielsweise hat die Studie „Zukunft des Journalismus" des *Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Abteilung Journalistik an der Universität Leipzig* (2005) eine Unterscheidung zwischen aktiver und passiver Nutzung von Weblogs seitens der deutschen Medienschaffenden (n=5311) getroffen. Die aktive Nutzung bzw. das *Publizieren von Inhalten* praktizierten 3,2% aller Befragten (vgl. Welker in: Picot 2006, S.162f). Die vorliegende Studie – die anhand der viel geringeren Anzahl der Befragten nicht als repräsentativ gelten kann – kommt zu einem anderen Ergebnis: Die Hälfte (50%) der Befragten legt ihren hauptsächlichen Nutzungszweck von Weblogs in die *Veröffentlichung bzw. zur Publikation von Inhalten*. Demnach scheint das aktive Publizieren unter

Medienschaffenden in Deutschland bislang noch eine Hürde darzustellen (vgl. ebd., S.162f), wobei dieses Ergebnis nur schwer mit der vorliegenden Studie verglichen werden kann, da die Führung eines Weblogs und somit die Publikation von Inhalten für die Teilnahme an der Studie eine Bedingung darstellte.

Die Studie der *Universität Leipzig* kommt weiters zu dem Ergebnis, dass vorwiegende Nutzungsweise der Befragten eindeutig die *Recherche*, mit 60%iger Zustimmung, ausmacht. Die Studie dieser Arbeit kommt mit der Zustimmung von 50% der Befragten zu einem vergleichbaren Ergebnis. Außerdem gaben in der Leipziger Studie 7,3% der Befragten an, Weblogs als Mittel zur Meinungsbildung zu nutzen, wobei sich dies in der vorliegenden Studie nicht als Nutzungszweck herausstellte. Die *Ideen- und Themenfindung* konnte als Nutzungszweck in dieser Studie von fünf der acht Befragten ermittelt werden, wobei die Leipziger-Studie die *Themensuche* mit 6,5% der Befragten verifizieren konnte. In einer anderen Studie im Auftrag von *Euro RSCG Magnet* (2005) wurde herausgefunden, dass die Suche nach Themenideen zu 53% einen der wichtigsten Gründe der Weblog-Nutzung herausstellte (vgl. Neuberger/Nuernbergk/Rischke in: Media Perspektiven 2/2007, S.109).

Die Ergebnisse der nicht repräsentativen Studie im Auftrag von *Euro RSCG Magnet* (2005) zeigen auch, dass die Bestätigung von Fakten (43%) sowie die Suche nach Quellen (36%) als Nutzungszwecke von Weblogs erscheinen (vgl. ebd., S.109). Die Bestätigung von Fakten sowie die Suche nach Quellen werden in der vorliegenden Studie unter dem Begriff der *Recherche* zusammengefasst: Dieser Nutzungszweck wird von der Hälfte der österreichischen Befragten bestätigt und zeugt im Vergleich zu der Studie im Auftrag von *Euro RSCG Magnet* von einer höherer Zustimmung. Letztlich wird in der Studie im Auftrag von *Euro RSCG Magnet* das Entdecken von „breaking news“ bzw. Skandalen zu 33% genannt (vgl. ebd., S.109), wobei dies in der Untersuchung dieser Arbeit keinen Nutzungszweck darstellte.

Nach Angaben der Studie der *Universität Leipzig* (2005) können Blogs, sofern sie auf die richtige Weise eingesetzt werden, von hohem Nutzen und ein wichtiges Werkzeug für Journalisten sein (vgl. Welker in: Picot 2006, S.165ff). In der vorliegenden Studie jedoch widersprechen sich die Aussagen in Hinblick auf dieses Ergebnis: Zwei von acht der Befragten meinen, dass Weblogs sich zu einem Werkzeug für Journalisten entwickelt haben, während wiederum zwei der Befragten gegenteiliger Meinung sind. Die Entwicklungen sind im österreichischen Kontext in dieser Hinsicht noch unklar, da die Arbeit traditioneller Journalisten mit Weblogs noch eher am Anfang steht. Dies ist eher als ein Phänomen zu betrachten, das noch im Wandel ist und sich vermutlich erst im Laufe der nächsten Jahre entwickeln wird.

* * *

Wie das *Verhältnis zwischen traditionellen Medien und der Blogosphäre* – speziell in Österreich – verstanden wird, bildet einen wesentlichen Ansatzpunkt für das Verständnis, weshalb die Entwicklungen auf jenem Stand sind, wie sie sich heute darstellen. Die Experten sind der Meinung (87,5%), dass österreichische Medienunternehmen im internationalen Vergleich Nachholbedarf im Blogging-Bereich aufweisen. Dies ist besonders interessant, da dies darstellt, dass sich die Befragten darüber im Klaren sind, dass dem Weblog-Phänomen und seinem Potenzial für den Journalismus noch nicht ausreichend Beachtung geschenkt wird. In Hinblick auf dieses Ergebnis existieren allerdings keine Studien, die man zum Vergleich heranziehen könnte.

* * *

Die Frage ob Weblogs als Gefahr für die klassischen Medien zu verstehen sind, wurde vorwiegend in internationaler Literatur beforscht. Da sich dies jedoch auch für Österreich als bedeutsam herausstellt, bildet diese Frage eine zentrale Komponente dieser Arbeit.
In internationaler Hinsicht zu dieser Thematik beschreibt Gernot BRAUER, dass Kommunikationsverantwortliche ein gespaltenes Verhältnis zu Weblogs pflegen. Eine europaweit angelegte Weblog Studie der *European Public Relations Education and Research Association* (Europera) untersuchte die Einstellungen von Kommunikationsverantwortlichen gegenüber Blogs. Die Ergebnisse zeigten, dass sich die Einstellungen unterscheiden, da ein Drittel der Befragte entweder selbst ein Weblog betreiben oder zumindest regelmäßig Beiträge in Blogs verfassen, während dieses Medium von einem Viertel der Befragten jedoch vollständig ignoriert wird (vgl. Brauer, Gernot in: Journalist, 7/2006, S.43). Hinsichtlich der Gefahr von Weblogs für den Journalismus zeigen die Ergebnisse einer *Untersuchung thematischer Weblogs* (2003), dass 29% der Befragten der Meinung waren, dass Weblogs den Journalismus „teilweise verdrängen“ werden (vgl. Neuberger/Nuernbergk/Rischke in: Media Perspektiven 2/2007, S.103). Eine andere Studie aus dem Jahr 2006, eine *Untersuchung von Redaktionsleitern*, ergab, dass die Aussage, dass Weblogs den Journalismus verdrängen würden, von 95% der Befragten vollends ausgeschlossen wurde (vgl. ebd., S.103).

In er vorliegenden Studie bestand in Hinblick der Gefahr von Weblogs für den traditionellen Journalismus Uneinigkeit zwischen den Befragten. Einerseits antworteten sechs von acht der Experten, dass Weblogs nicht als Gefahr für die klassischen Medien zu verstehen sind. In der Erklärung dieser Antwort jedoch, kam es dazu, dass die Mehrheit der Befragten sehr wohl Gefahren für den Journalismus - in machen Fällen auch ungewollt – aufzeigten. Auch die

Ergebnisse einer anderen Studie von Christoph NEUBERGER (2003) kommen zu dem Ergebnis, dass nur 28,3% der Befragten meinen, dass Weblogs den traditionellen Journalismus verdrängen werden (vgl. Neuberger in: Picot 2006, S.121f). Im Vergleich zu der *Untersuchung thematischer Weblogs* mit dem Ergebnis von 29% sowie der Studie von NEUBERGER mit 28,3%, sind fünf von acht der Befragten der vorliegenden Studie dieser Meinung. Allerdings ist in Hinblick auf die *Untersuchung von Redaktionsleitern* (vgl. Neuberger/Nuernbergk/Rischke in: Media Perspektiven 2/2007, S.103) die mit 95% feststellte, dass Weblogs nicht als Gefahr für den Journalismus zu verstehen sind, das Ergebnis dieser Studie mit 75% Zustimmung deutlich geringer.

Dass Weblogs für traditionelle Medien viel eher eine Bereicherung bzw. Ergänzung darstellen – wie die vorliegende Studie überwiegend zeigt – ist in Hinblick auf die erwähnten Ergebnisse die wünschenswerte – jedoch logische – Konsequenz. Auch NEUBERGER thematisiert, dass das Verhältnis zwischen Weblogs bzw. Bloggern und dem traditionellen Journalismus eher als komplementär und weniger als konkurrierend verstanden werden kann (vgl. Neuberger in: Picot 2006, S.121f). Dies basiert auf der bereits erwähnten *Redaktionsleiterbefragung deutscher Nachrichtenredaktionen* (2006), bei welcher sich herausstellte, dass Weblogs eher in Komplementärrollen zum traditionellen Journalismus gesehen werden: Der Aussage „In Weblogs findet die Kommunikation des Publikums über die Berichterstattung der Massenmedien statt“ stimmten 31% der Befragten *in hohem Maße* und 61% *etwas* zu (vgl. Neuberger/Nuernbergk/Rischke in: Media Perspektiven 2/2007, S.109).

* * *

Hinsichtlich der Entwicklungen und dem wachsenden Interesse an Weblogs wurde in der Untersuchung dieser Arbeit versucht herauszufinden, ob das wachsende Interesse an Blogs an der Unzufriedenheit der Leser mit den traditionellen Medien liegt. Dem wurde von den Experten jedoch klar widersprochen, wobei fraglich bleibt, ob diese Aussage dem Effekt der „sozialen Erwünschtheit“ unterliegt. Hierzu fanden sich keine vergleichbaren Studien.

* * *

Die Mehrheit der Befragten (75%) dieser Untersuchung meint, dass sich der journalistische Alltag durch Blogs verändert hat, wobei auch hierzu keine vergleichbaren Ergebnisse anderer Studien vorliegen. Außerdem ist die Hälfte der Befragten der Ansicht, dass sich der journalistische Alltag durch die gesamte Online-Produktion verändert hat.

* * *

In Bezug auf weitere Veränderungen, nämlich ob die österreichische Mediensituation Einfluss auf die Entwicklung von Journalisten-Blogs hat, sind die Experten tendenziell anderer Meinung. Nur zwei der Befragten sprechen sich dafür aus, dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die Entwicklung von Journalisten-Blogs hat, während auch nur zwei der Experten der entgegen gesetzten Meinung sind. Die Veränderungen und Entwicklungen in diesem Bereich erscheinen in Österreich noch weitestgehend unerheblich. In diesem Fall können auch keine Studien zum Vergleich mit den vorliegenden Ergebnissen herangezogen werden.

Schlussfolgerung und Ausblick

Nach der Darstellung der Ergebnisse und der Diskussion derselben anhand des aktuellen Forschungsstandes, wird nun versucht, ein Ausblick darzustellen.

Zu den Nutzungsmotiven lässt sich insgesamt festhalten, dass obwohl österreichische Journalisten viele unterschiedliche – und wie aus den Ergebnissen hervorgeht – auch neue Nutzungsmotive für die Führung ihres Weblogs haben, diese insgesamt eine relativ schwache Bewertung erhalten. Dies lässt sich an einigen einzelnen schwach bewerteten – somit wenig genannten – Nutzungsmotiven feststellen. Es existiert zwar eine Bandbreite an diversen Motiven, die jedoch von der Intensität der einzelnen Nennungen her nur wenig gehaltvoll sind. Trotz der eher schwachen Bewertung der einzelnen Nutzungsmotive und da auf nationaler Ebene bis zu diesem Zeitpunkt noch keine vergleichbare Studie existiert, bieten die die aus dieser Untersuchung hervor gehenden Nutzungsmotive österreichischer Journalisten einen Mehrwert für die wissenschaftliche Forschung.

Wie bereits im vorigen Kapitel thematisiert, herrscht unter den Befragten hinsichtlich der Frage, ob Journalisten oder Nicht-Journalisten in ihren Weblogs mehr auf qualitative Berichterstattung Wert legen, Uneinigkeit. Dies erscheint insofern interessant, als dass es dem „typisch journalistischen Berufsstolz“ widerspricht, den viele Journalisten an den Tag legen. Noch untypischer ist, dass sogar ein Viertel der Befragten der Meinung ist dass Nicht-Journalisten, die besseren Weblogs produzieren.

Bezug nehmend auf das Verhältnis zwischen den traditionellen Medien und der Blogosphäre lässt sich mit dem Blick nach Österreich feststellen, dass dies sehr unterschiedlich verstanden wird. Journalisten-Weblogs sowie die Arbeit traditioneller Journalisten mit Weblogs stehen offenbar noch eher am Anfang der Entwicklungen. Das Potenzial, welches Weblogs für die journalistische Arbeit mit sich bringen, wird entweder noch nicht erkannt, oder nicht ernst genug genommen. Österreichische Journalisten scheinen in Bezug darauf noch nicht frei genug, sich den Möglichkeiten, die sich durch Blogs bieten, anzunehmen und sie in ihre Tätigkeit zu integrieren. Freie Journalisten neigen durch die Tatsache, dass sie selbst Themen für Artikel generieren müssen, selbstständig arbeiten und nicht so stark in einen Redaktionsalltag eingebunden sind, mehr dazu, Weblogs für ihr journalistisches Schaffen zu nutzen. Das bedeutet jedoch nicht, dass Journalisten generell die Nutzung von Weblogs für

ihre Arbeit ausschließen, allerdings ist dies ein Phänomen, das noch im Wandel ist und sich vermutlich erst im Laufe der nächsten Jahre entwickeln wird.

Generell lässt sich festhalten, dass die vorliegende Untersuchung im Vergleich zu den im vorigen Kapitel zur Diskussion der Ergebnisse herangezogenen Studien von WELKER (vgl. Welker, Martin in: Message 1/2006, S.88), LENHART/FOX (vgl. Neuberger/ Nuernbergk/ Rischke in: Media Perspektiven 2/2007, S.106), ARMBORST (vgl. Armborst, 2006, S.141ff), „Zukunft des Journalismus" *der Universität Leipzig* (vgl. Welker in: Picot 2006, S.162f) sowie die Studie im Auftrag von *Euro RSCG Magnet* (vgl. Neuberger/Nuernbergk/Rischke in: Media Perspektiven 2/2007, S.109), allgemein weniger deutliche Ergebnisse für die Entwicklung des Weblog-Phänomens im Zusammenhang mit dem Journalismus zeigen. Dies ist jedoch als allgemeine Tendenz – nicht als generelles Ergebnis – zu verstehen.

In Hinblick auf den Nachholbedarf österreichischer Medienunternehmen im internationalen Vergleich zeigt sich, dass Journalisten über das Vorhandensein eines solchen Bescheid wissen. Allerdings haben die Experten dafür in der Regel Erklärungen, bei welchen spürbar ist, dass sie nach Gründen suchen, um die rückständige Entwicklung Österreichs im Weblog-Bereich rechtfertigen zu können. Ein Grund ist hier die generelle Rückständigkeit Österreichs in technologischen Belangen, wie auch die Orientierung an Deutschland. Seltsamerweise – jedoch sicherlich historisch bedingt – ist durch die Aussagen der Journalisten spürbar, dass erst wenn in Deutschland im Bereich der neuen Medien etwas in Angriff genommen bzw. umgesetzt wird, österreichische Journalisten beginnen darüber nachzudenken ob dies auch hinsichtlich österreichischer Medienunternehmen notwendig bzw. einen Vorteil darstellen würde. Der Nachholbedarf liegt hier nicht nur im Technologie-Bereich, sondern im generellen Umdenken von Bürgern unseres Landes.

Durch das Ergebnis, dass die Hälfte der Befragten der Ansicht ist, dass sich der journalistische Alltag durch die gesamte Online-Produktion verändert hat, ist anzumerken, dass die Journalisten bereits merken oder zumindest bereit sind, diese Veränderungen durch die neuen Medien wahrzunehmen und mit ihnen zu arbeiten. Dies ist eine besonders erfreuliche Entwicklung, da sich wesentliche Veränderungen – auch für den Journalismus – abzuzeichnen beginnen.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Weblogs und der Umgang mit diesen noch eine Menge an Herausforderungen für Journalisten bietet. Weblogs dienen nicht nur als eine neue Möglichkeit für Journalisten sich in neuen Themen zu üben, eine Leserschaft zu gewinnen und sich mit dieser auszutauschen, sondern können für Journalisten eine viel größere Relevanz besitzen, sofern sie sich dieser Möglichkeit annehmen und lernen welche Vorteile ihnen Weblogs für die journalistische Arbeit bieten können. Das große Potenzial, welches Weblogs für Journalisten bieten, ist – obwohl der Journalismus Veränderungen unterliegt und sich an das Phänomen langsam herantastet – in Österreich jedoch (noch) weitestgehend unbekannt.

Für weitere Forschungen zu dieser Thematik auf nationaler Ebene wäre es wünschenswert eine breiter angelegte Studie anhand der Anzahl der Probanden zu machen, die auch Journalisten anderer Medienkategorien inkludieren könnte. Der Grundstein dafür soll mit dieser Arbeit jedoch gelegt sein.
Schließlich lassen sich aufgrund der angeführten Erkenntnisse folgende Hypothesen generieren, die einen möglichen Anstoß für die weitere Forschung bieten können:
These 1: Veränderungen in der Nutzung und Bedeutung von Weblogs für den Journalismus sind sichtbar, wenngleich die österreichische Entwicklung – insbesondere im Vergleich zu den USA – noch hinterherhinkt.
These 2: Weblogs können zwar als Werkzeuge österreichischer Journalisten fungieren. Dies muss allerdings von Journalisten erst wahrgenommen und in ihrem täglichen Arbeitsprozess verankert werden, bevor sich wesentliche Veränderungen abzeichnen können.
These 3: Die vielfältigen Möglichkeiten und Vorteile, die Journalisten aus der intensiven Beschäftigung und Nutzung von Weblogs erlangen können, werden in Österreich künftig an Relevanz gewinnen.

LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS

Gedruckte Quellen

AINETTER, Sylvia: Blogs - literarische Aspekte eines neuen Mediums: eine Analyse am Beispiel des Weblogs Miagolare. LIT-Verlag, Wien, 2006.

ALBY, Tom: Web 2.0 : Konzepte, Anwendungen, Technologien. 2. aktualisierte Auflage. Hanser, München , 2007

ALPHONSO, Don: Ein Dutzend Gründe, warum Blogs den Journalismus im Internet aufmischen werden. In: ALPHONSO, Don: Blogs! Text und Form im Internet. Schwarzkopf & Schwarzkopf, Berlin, 2004

ALPHONSO, Don: Blogs! Text und Form im Internet. Schwarzkopf & Schwarzkopf, Berlin, 2004

ARMBORST, Matthias: Kopfjäger im Internet oder publizistische Avantgarde?: Was Journalisten über Weblogs und ihre Macher wissen sollten. Lit-Verl., Berlin, 2006.

BAUSCH Paul; HAUGHEY, Matthew; HOURIHAN, Meg: We blog: publishing online with Weblogs. Wiley, New York, 2002.

BECK, Klaus : Computervermittelte Kommunikation im Internet. München, Wien: Oldenbourg, ©2006.

BECK, Klaus [Hrsg.]: Gute Seiten - schlechte Seiten: Qualität in der Onlinekommunikation. R. Fischer, München, 2004.

BEHMER, Markus [Hrsg.]: Journalismus und Wandel: Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien. Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2005.

BERNET, Marcel: Medienarbeit im Netz: Strategie und Praxis der Online-PR; von E-Mail bis Weblog. Orell Füssli, Zürich, 2006

BLÖBAUM, Bernd: Wandel und Journalismus – Vorschlag für einen analytischen Rahmen. In: BEHMER, Markus [Hrsg.]: Journalismus und Wandel: Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien. Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2005.

BLOOD, Rebecca: We've got blog: how Weblogs are changing our culture. Perseus Publishing, Cambridge, 2004.

BLOOD, Rebecca: The Weblog handbook: practical advice on creating and maintaining your blog. Perseus Publ., Cambridge, 2002.

BÜHL, Achim: Die virtuelle Gesellschaft des 21. Jahrhunderts; sozialer Wandel im digitalen Zeitalter; 2. Aufl. Westdt. Verl., Wiesbaden, 2000.

BRECHT, Bertolt: Schriften zur Literatur und Kunst; aus Notizbüchern; über alte und neue Kunst 1920-1932 ; [Red. : Werner Hecht] Radiotheorie; der Dreigroschenprozeß. Suhrkamp, Frankfurt am Main, 1967.

BRUNS, Axel [Hrsg.], JACOBS, Joanne: Uses of blogs. Lang, New York, Vienna [u.a.], 2007.

BRUNS, Axel: Gatewatching. Collaborative Online News Production. New York, 2005.

BUCHER, Hans-Jürgen; BÜFFEL, Steffen: Weblogs – Journalismus in der Weltgesellschaft. Grundstrukturen einer netzwerkorientierten Form der Medienkommunikation. In: PICOT, Arnold; FISCHER, Tim: Weblogs professionell. Dpunkt.verlag, Heidelberg, 2006.

BUCHER, Hans-Jürgen; BÜFFEL, Steffen: Vom Gatekeeper-Journalismus zum Netzwerk-Journalismus. Weblogs als Beispiel journalistischen Wandels unter den Bedingungen globaler Medienkommunikation. In: BEHMER, Markus u. a. [Hrsg.]: Journalismus und Wandel. Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien. Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2005.

BUCHER, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität und Theorien des Journalismus. In: BUCHER, Hans-Jürgen [Hrsg.]: Qualität im Journalismus: Grundlagen, Dimensionen, Praxismodelle. 1. Aufl.; Westdt. Verl., Wiesbaden, 2003 .

BURG, Thomas N. [Hrsg.]:: Blog-Talks. [BlogTalk - the First European Conference on Weblogs]. Cultural Research – Zentrum für wissenschaftliche Forschung und Dienstleistung. Wien, 2003.

BURG, Thomas N. [Hrsg.]: Blog Talks2 [the European Conference on Weblogs]. Permalink - Zentrum für personenzentriertes Wissensmanagement, Krems, 2004.

BURKART, Roland: Kommunikationswissenschaft. Beltz Verlag, Wien/Köln/Weimar, 2002.

BURKART, Roland; HÖMBERG, Walter [Hrsg.]: Kommunikationstheorien: ein Textbuch zur Einführung. 4., erw. und aktualisierte Aufl., Braumüller; Wien, 2007.

BURKART, Roland; HÖMBERG, Walter: Elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation. Eine Herausforderung für die kommunikations-wissenschaftliche Modellbildung. In: BURKART, Roland; HÖMBERG, Walter [Hrsg.]: Kommunikationstheorien : ein Textbuch zur Einführung. 4., erw. und aktualisierte Aufl., Braumüller, Wien, 2007.

BURKART, Roland; LANG, Alfred: Die Theorie des kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas – Eine kommentierte Textcollage. In: BURKART, Roland; HÖMBERG, Walter [Hrsg.]: Kommunikationstheorien: ein Textbuch zur Einführung. 4., erw. und aktualisierte Aufl., Braumüller, Wien, 2007.

CASTELLS, Manuel: Das Informationszeitalter: Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur; [Trilogie]. Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Leske + Budrich. Unveränd. Studienausg. d. 1. Aufl. 2001, Opladen, 2004.

DAHINDEN, Urs; KAMINSKI; Piotr; NIEDERREUTHER, Raoul: ‚Content is King' – Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei der Qualitätsbeurteilung aus Angebots- vs.

Rezipientenperspektive. In: BECK, Klaus [Hrsg.]: Gute Seiten - schlechte Seiten: Qualität in der Onlinekommunikation. R. Fischer, München, 2004.

DEBATIN, Bernhard: Ethik des Onlinejournalismus – medienethische Kriterien und Perspektiven. In: BECK, Klaus [Hrsg.]: Gute Seiten - schlechte Seiten: Qualität in der Onlinekommunikation. R. Fischer, München, 2004.

DIEMAND, Vanessa [Hrsg.]: Weblogs, Podcasting und Videojournalismus: neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potenzialen ; [Ergebnis der gleichnamigen von der Fritz Thyssen Stiftung unterstützten Tagung vom 23. bis 24. September 2005 am ZKM - Zentrum für Kunst- und Medientechnologie Karlsruhe]; Heise, Hannover, 2007.

DOCTOROW, Cory [Hrsg.]: Essential blogging. O'Reilly, Beijing [u.a.], 2002.

ECK, Klaus: Weblogs in der Kundenkommunikation. In: SCHWARZ, Torsten: Leitfaden integrierte Kommunikation, [wie Web 2.0 das Marketing revolutioniert; mit 36 Fallbeispielen aus der Praxis]. Absolit, Dr. Schwarz Consulting, Waghäusel, 2006.

EFIMOVA, Lilia: Blogs: the stickiness factor. In: BURG, Thomas N.: Blog-Talks. The First European Conference on Weblogs. Cultural Research – Zentrum für wissenschaftliche Forschung und Dienstleistung, Wien, 2003.

EHALT, Hubert Christian: Internet und Öffentlichkeit – Kommunikationskultur im Umbruch. In: LIECHTENSTEIN, Alfed von [Hrsg.]: Internet und Öffentlichkeit. WUV-Univ.-Verl., Wien, 2002.

ENZENSBERGER, Hans Magnus; Glotz, Peter [Hrsg.]: Baukasten zu einer Theorie der Medien: kritische Diskurse zur Pressefreiheit. Fischer, München, 1997.

GEHRKE, Gernot: Netzwerke zur Medienkompetenzentwicklung – Erfolgsfaktoren und Handlungsoptionen. kopaed – Verlag, München, 2004.

GILLMOR, Dan: We the media: grassroots journalism by the people, for the people. 1. ed. Sebastopol, Calif.[u.a.], O'Reilly, 2004.

GLÄSER, Jochen (Hrsg.): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2004.

HABERMAS, Jürgen (1992, S. 436) zit. nach: BECK, Klaus : Computervermittelte Kommunikation im Internet. München, Wien: Oldenbourg, ©2006.

KARMASIN, Matthias : Journalismus: Beruf ohne Moral?: von der Berufung zur Profession. WUV- Univ.-Verlag, Wien, 2005.

KAYE, Barbara K.: Blog Use Motivations: An Exploratory Study. In: TREMAYNE, Mark [Hrsg.]: Blogging, Citizenship and the Future of Media. Routledge, New York, 2007.

KLINE, David [Hrsg.]; BURNSTEIN, Dan: Blog!: how the newest media revolution is changing politics, business, and culture. cds books [u.a.], New York, 2005.

KOHRING, Matthias: Die Funktion des Wissenschaftsjournalismus. Ein systemtheoretischer Entwurf. Westdt. Verlag, Opladen, 1997.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom: The elements of journalism: what newspeople should know and the public should except. Crown Publishers, New York, 2001.

KUNCZIK, Michael; ZIPFEL, Astrid: Publizistik: ein Studienhandbuch. Böhlau, Köln, Wien, 2001.

LANGENBUCHER, Wolfgang [Hrsg.]: Politik und Kommunikation. Über die öffentliche Meinungsbildung. Piper, München, 1979.

LIECHTENSTEIN, Alfed von [Hrsg.]: Internet und Öffentlichkeit. WUV-Univ.-Verl., Wien, 2002.

LÖFFELHOLZ, Martin [Hrsg.] : Die neue Kommunikationswissenschaft: Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter; eine Einführung. Westdt. Verl., Wiesbaden, 2003.

LÖFFELHOLZ, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Westdt. Verl., Wiesbaden, 2000.

MALETZKE, Gerhard: Kommunikationswissenschaft im Überblick: Grundlagen, Probleme, Perspektiven. Westdt. Verl., Opladen [u.a.], 1998.

MALETZKE, Gerhard: Bausteine zur Kommunikationswissenschaft. 1949-1984. Volker Spiess, Berlin, 1984.

MAST, Claudia [Hrsg.]: Journalisten auf der Datenautobahn : Qualifikationsprofile im Multimedia-Zeitalter. UVK-Medien, Konstanz, 1997 .

MAYRING, Philipp: Einführung in die qualitative Sozialforschung: eine Anleitung zu qualitativem Denken. Beltz, Weinheim, 2002.

MAYRING, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken. Beltz, Weinheim, 2008.

MCLUHANN, Marshall: Understanding media: the extensions of man. McGraw-Hill, New York, 1964.

MCQUAIL, Denis: Mass communication theory. Sage, London [u.a.], 2000.

MÖLLER Erik: Die heimliche Medienrevolution. Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern. 2., erweiterte und aktualisierte Auflage. Heise, Hannover, 2006.

MICHELS, Ulrike: Communicating news via weblogs: an innovative strategy in readership bonding. VDM-Verl. Müller, Saarbrücken, 2006

NEUBERGER, Christoph: Weblogs verstehen. Über den Strukturwandel der Öffentlichkeit im Internet. In: PICOT, Arnold; FISCHER, Tim: Weblogs professionell: Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. Dpunkt.verlag, Heidelberg, 2006.

NEUBERGER, Christoph: „Weblogs = Journalismus“? Kritik einer Populären These. In:

DIEMAND, Vanessa [Hrsg.]: Weblogs, Podcasting und Videojournalismus: neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potenzialen ; [Ergebnis der gleichnamigen von der Fritz Thyssen Stiftung unterstützten Tagung vom 23. bis 24. September 2005 am ZKM - Zentrum für Kunst- und Medientechnologie Karlsruhe]; Heise, Hannover, 2007.

NEUBERGER, Christoph: Qualität im Onlinejournalismus. In: BECK, Klaus [Hrsg.]: Gute Seiten - schlechte Seiten: Qualität in der Onlinekommunikation. R. Fischer, München, 2004.

NEVERLA, Irene [Hrsg.]: Das Netz-Medium. Kommunikationswissenschaftliche Aspekte eines Mediums in Entwicklung. Westdt. Verl., Opladen [u.a.], 1998.

PICOT, Arnold [Hrsg.]; FISCHER, Tim: Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. Dpunkt.verlag, Heidelberg, 2006.

PICOT, Arnold; FISCHER, Tim: Einführung- Veränderte mediale Realitäten und der Einsatz von Weblogs im unternehmerischen Umfeld. In: PICOT, Arnold [Hrsg.]; FISCHER, Tim: Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. Dpunkt.verlag, Heidelberg, 2006.

PORCAMADONNA, Don Alphonso: Anything goes – Bloggen zwischen Beliebigkeit, Freiheit und der Dummheit der Neuen Medien Economy. In: DIEMAND, Vanessa [Hrsg.]: Weblogs, Podcasting und Videojournalismus: neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potenzialen ; [Ergebnis der gleichnamigen von der Fritz Thyssen Stiftung unterstützten Tagung vom 23. bis 24. September 2005 am ZKM - Zentrum für Kunst- und Medientechnologie Karlsruhe]; Heise, Hannover, 2007.

QUANDT, Thorsten: Journalisten im Netz : eine Untersuchung journalistischen Handelns in Online-Redaktionen. VS, Verl. für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2005.

QUANDT, Thorsten: Vom Redakteur zum Content-Manager? Wandel der Journalismus im Zeichen des Netzes. In: LÖFFELHOLZ, Martin [Hrsg.] : Die neue Kommunikations-wissenschaft: Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter; eine Einführung. Westdt. Verl., Wiesbaden, 2003.

QUANDT, Thorsten: Das Ende des Journalismus? Theorien zur Analyse netbasierter Medienkommunikation. In: LÖFFELHOLZ, Martin [Hrsg.]: Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Westdt. Verl., Wiesbaden, 2000.

QUANDT, Thorsten: Qualität als Konstrukt. Entwicklung von Qualitätskriterien im Onlinejournalismus. In: BECK, Klaus [Hrsg.]: Gute Seiten - schlechte Seiten: Qualität in der Onlinekommunikation. R. Fischer, München, 2004 .

RAABE, Alexander: Social Software im Unternehmen: Wikis und Weblogs für Wissensmanagement und Kommunikation. VDM, Müller, Saarbrücken, 2007.

REDING, Viviane: Über die Zukunft des Journalsimus. In: TURNHEIM, Fred: Breaking News im Web 2.0. Molden, Wien, 2007.

RHEINGOLD, Howard: Virtuelle Gemeinschaft: soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers. Addison-Wesley, Bonn, 1994.

RONNEBERGER, Franz: Leistungen und Fehlleistungen der Massenkommunikation. In: LANGENBUCHER, Wolfgang [Hrsg.]: Politik und Kommunikation. Über die öffentliche Meinungsbildung. Piper, München, 1979.

RÜHL, Manfred: Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf**.** Mainz: v. Hase und Koehler, 1980; zit. nach: QUANDT, Thorsten: Ausgangspunkte und Gliederung: Online-Redakteure zwischen Journalismus und Multimedia-Produktion. In: QUANDT, Thorsten: Journalisten im Netz: eine Untersuchung journalistischen Handelns in Online-Redaktionen. VS, Verl. für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2005.

RÜHL, Manfred: Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf**.** Mainz: v. Hase und Koehler, 1980 zit. nach: ALTMEPPEN, Klaus-Dieter: Multimedia: ein neuer Journalismus? Arbeitsmarkt, Tätigkeitsfelder und Qualifikationsbedarf. In: NEVERLA, Irene [Hrsg.]: Das Netz-Medium. Kommunikationswissenschaftliche Aspekte eines Mediums in Entwicklung. Westdt. Verl., Opladen [u.a.], 1998.

RÜHL, Manfred: Theorie des Journalismus. In: BURKART, Roland; HÖMBERG, Walter [Hrsg.]: Kommunikationstheorien : ein Textbuch zur Einführung. - 4., erw. und aktualisierte Aufl.; Braumüller, Wien, 2007.

RUTIGLIANO, Lou: Emergent Communication Networks as Civic Journalism. In: TREMAYNE, Mark [Hrsg.]: Blogging, Citizenship and the Future of Media. Routledge, New York, 2007.

SCHMIDT, Jan: Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie. UVK Verl.-Ges., Konstanz, 2006.

SCHWARZ, Torsten: Leitfaden integrierte Kommunikation, [wie Web 2.0 das Marketing revolutioniert; mit 36 Fallbeispielen aus der Praxis]. Absolit, Dr. Schwarz Consulting, Waghäusel, 2006.

SERFATY, Viviane: The mirror and the veil: an overview of American online diaries and blogs. Amsterdam [u.a.], 2004.

SCHOLL, Armin; WEISCHENBERG, Siegfried: Journalismus in der Gesellschaft: Theorie, Methodologie und Empirie. Westdt. Verl., Opladen, 1998.
STÖBER, Rudolf: Apriori des Wandels oder „Agents of Change“? Zur Diskussion journalistischen Wandels. In: BEHMER, Markus [Hrsg.]: Journalismus und Wandel: Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien. Verl. für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2005.

STOCKER, Gerfried: Über neue Medien und neue Öffentlichkeiten. In: LIECHTENSTEIN, Alfed von [Hrsg.]: Internet und Öffentlichkeit. WUV-Univ.-Verl., Wien, 2002.

STONE, Biz: Who let the blogs out?: a hyperconnected peek at the world of weblogs. Griffin, New York, 2004.

TREMAYNE, Mark [Hrsg.]: Blogging, Citizenship and the Future of Media. Routledge, New York, 2007.

TURNHEIM, Fred: Breaking News im Web 2.0: wozu wir Journalisten brauchen. Molden, Wien, 2007.

WALTHER (1939) zit nach: BECK, Klaus: Computervermittelte Kommunikation im Internet. München, Wien: Oldenbourg, ©2006.

WEISCHENBERG, Siegfried: Journalistik : Medienkommunikation: Theorie und Praxis. VS, Verl. für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 1995; zit. nach: ALTMEPPEN, Klaus-Dieter: Multimedia: ein neuer Journalismus? Arbeitsmarkt, Tätigkeitsfelder und Qualifikationsbedarf. In: NEVERLA, Irene [Hrsg.]: Das Netz-Medium. Kommunikationswissenschaftliche Aspekte eines Mediums in Entwicklung. Westdt. Verl., Opladen [u.a.], 1998.

WELKER, Martin: Weblogs: Ein neues Werkzeug für Journalisten. In: PICOT, Arnold [Hrsg.]; FISCHER, Tim: Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. Dpunkt.verlag, Heidelberg, 2006.

WRIGHT, Jeremy: Blog Marketing als neuer Weg zum Kunden: mit Weblogs die Kunden erreichen, die Marke stärken und den Absatz fördern. Redline Wirtschaft, Heidelberg, 2006.

ZERFAß, Ansgar; BOELTER, Dietrich: Die neuen Meinungsmacher: Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien. Nausner&Nausner, Graz, 2005.

Artikel aus Zeitschriften/Magazinen

BRAUER, Gernot: Polierte Klowände. In: Journalist, 7/2006.

BÜFFEL, Steffen: Regionale Potenziale. In: Journalist, 8/2006.

GARMISSEN, Anna von: Roundtable. In: Journalist, 12/2005.

HESS, Henner: Ein soziologischer Bezugsrahmen für die Massenkommunikationsforschung. In: P 3/1969.

MRAZEK, Thomas: Ungebetene Kritiker. In: Journalist, 1/2006.

NEUBERGER, Christoph; NUERNBERGK, Christoph; RISCHKE, Melanie: Weblogs und Journalismus: Konkurrenz, Ergänzung oder Integration? Eine Forschungssynopse zum Wandel der Öffentlichkeit im Internet. In: Media Perspektiven 2/2007.

ROBINSON, Susan: the mission of the j-blog. Recapturing journalistic authority online. In: Journalism, vol.7, n. 1., 2006.

SINGER, Jane B.: The political J-Blogger: "Normalizing" a new media form to fit old norms and practices. In: Journalism, vol.6, nr.2., 2005.

WELKER, Martin: Die Tagebücher der Informationselite. In: Message 1/2006.

Online-Quellen

AUSTRIAN PRESS COUNCIL: Journalists' Code of Honor: http://www.ijnet.org/Director.aspx?P=Ethics&ID=8275&LID=1 (24.6.2008)

BERLECON RESEARCH – Website: http://www.berlecon.de/research/spotlights.php?we_objectID=196, (12.6.2008)

BASIC, Robert: Weblog "Basic Thinking": http://www.basicthinking.de/ (12.6.2008)
Definition eines Weblogs: http://www.basicthinking.de/blog/2005/12/21/unterschied-forum-chatnewsgroup-blog/ (12.6.2008)

FASSUNG DER DEUTSCHSPRACHIGEN NETIQUETTE: http://www.ping.at/guides/netmayer/netmayer.html#classic, (1.8.2008)

GRAHAM, Brad L.: Weblog: http://www.bradlands.com/weblog/comments/september_10_1999/, (22.6.2008)

KANTEL, Jörg: Weblogs und Journalismus: 5 Thesen zu einem Mißverständnis. 10. 9. 2006. http://www.schockwellenreiter.de/gems/5thesen.pdf, (27.7.2008)

MERRIAM-WEBSTER OnLine (Webster's New Millennium Dictionary of English 2002 – 2006):
http://www.merriam-webster.com/ (31.7.2008)
http://www.m-w.com/info/04words.htm; (31.7.2008)
http://dictionary.reference.com/browse/weblog; (31.7.2008)

MRAZEK, Thomas: Onlinejournalismus.de (Magazin)
http://goa2003.onlinejournalismus.de/webwatch/weblogs.php, (7.7.2008)

PAX, Salam: Weblog „Dear Raed"
http://dear_raed.blogspot.com, (7.7.2008)

PFANNENBERG, Jörg; DURST, Jessica: Geplatzte Träume – neue Chancen. Realistische Zielsetzungen für das Intranet Unternehmenskommunikation. (o. J.)
http://www.djk.de/5_service/arbeitshilfe_kommunikation/5_3_intranet.pdf, (5.6.2008)

POYNTER FORUMS:
http://www.poynter.org/forum/default.asp?id=27299, (11.06.2008)

PRASCHL, Peter: Weblog: „ Le Sofa Blogger"
http://jochen.jonet.org/modules.php?name=News&file=article&sid=59, (11.06.2008)

SLAZENGER, Sven (Website)
http://www.slazenger.de/
Detailinformationen unter:
http://www.slazenger.de/ma/massenkommunikation.cfm, (4.6.2008)

SOCIETY OF PROFESSIONAL JOURNALISTS: Code of ethics:
http://www.spj.org/ethics_code.asp, (23.6.2008)

UNIVERSITÄT ESSEN (Website)

http://www.uni-essen.de/einladung/Vorlesungen/ausblick/bre_radio.htm, (5.6.2008)

WIKIPEDIA – freie Enzyklopädie:
Definition: Blogosphäre
http://de.wikipedia.org/wiki/Blogosph%C3%A4re, (22.6.2008)

WINER, Dave: Scripting News: http://www.scripting.com/2002/02/04.html, (23.6.2008)

ZERFAß, Ansgar – Blogstudie 2007: http://www.blogstudie2007.de/ und
http://www.einfach-persoenlich.de/2007-02-09/persoenlich-blogstudie-2007-ergebnisbericht-ueber-die-informationssuche-im-internet.html (23.10.2008)

Sonstige Quellen

Email-Verkehr mit Dr. Gerhard RETTENEGGER, Chefredakteur des ORF Landesstudios Salzburg und bloggender Journalist (http://rettenegger.blogspot.com) im Zeitraum von 3.-10.6.2008. Schriftliches Dokument bei der Autorin vorhanden.

ANHANG

INTERVIEWLEITFADEN

	Fragestellung	Intention	Nachfrage/Stichwörter	Ebene
1	Warum schreiben Sie ein Weblog? Was sind Ihre Intentionen, was ist Ihre Motivation?	Begründung erfassen	**1.1.** Networkingsfaktor **1.2.** redaktionelle Eingriffe **1.3.** Nähe: Blog - Medium	Nutzungsmotive
I:	**Bei Bedarf können die Zusatzfragen gestellt werden. Die Stichwörter sollen die Nachfrage anleiten.**			
2	Führen Sie das Weblog aufgrund des Berufs oder aus persönlichen Gründen?	Gründe der Nutzung	**2.1.** Bloggen innerhalb/ außerhalb der Arbeitszeit **2.2.** Entlohnung bzw. wirtschaftliche/ finanzielle Vorteile **2.3.** negative Erfahrungen mit dem Bloggen **2.4.** Welchen Stellenwert im Tagesablauf	Nutzungsmotive
3	Wie wichtig ist Ihnen der Kontakt und Austausch mit Ihren Lesern? Und was ist ihnen daran wichtig?	Begründung erfassen	**3.1.** Wodurch treten Sie mit Ihren Lesern in Kontakt? **3.2.** Beantwortung von Kommentaren; wertvolle Diskussionen; was bringt der Austausch? **3.3.** Verfolgen sie als Blogger eine Mission?	Qualität / Interaktion
4	Welche Rolle spielt ihrer Meinung nach Qualität in österreichischen Weblogs, speziell für Journalisten?	Qualitätskriterien erfassen	**4.1.** Welche journalistischen Darstellungsformen entsprechen Blog-Beiträgen am ehesten? **4.2.** Wie beurteilen Sie die Leistungen von Journalisten im Vergleich zu nicht-journalistischen Bloggern? [Lassen sich in Hinblick auf Qualität Unterschiede erkennen?] **4.3.** Wie stehen Sie in Hinblick auf J-Blogs zu subjektiven und parteiischen Darstellungen? **4.4.** Glauben Sie, dass speziell Journalisten aufgrund ihres Rollenselbstverständnisses Wert auf eine qualitative Berichterstattung legen?	Qualität
5	Wie würden Sie ein qualitativ hochwertiges Blog definieren?	Qualitätskriterien erfassen		Qualität

6	Inwiefern ist Ihnen Qualität im eigenen Blog wichtig? Welche Maßnahmen zur Qualitätssicherung ergreifen sie konkret im Blog?	Qualitätskriterien erfassen	**6.1.** Welche sind die wichtigsten Quellen ihrer Blog-Einträge? **6.2.** Was sind die Kriterien für die Themenauswahl im Blog? **6.3.** Setzen Sie Links bei Online-Quellen? **6.4** Nennen Sie bei Offline-Quellen die Quelle? **6.5.** Wie verhalten Sie sich bei Interessenskonflikten? **6.6** Recherchieren Sie bei wichtigen Informationen noch einmal nach?	Qualität
7	Stellen Sie sich vor, sie entdecken nach der Veröffentlichung eines Eintrags einen Fehler. Beheben Sie diesen bzw. kommt es zu einer anschließenden Richtigstellung im Blog? Würden Sie im Blog darauf hinweisen?	Qualitätskriterien erfassen		Qualität
8	Ich nenne Ihnen nun einige journalistische Qualitätskriterien. Bitte sagen Sie mir, ob diese ihrer Meinung nach in J-Blogs angewendet werden: - Unabhängigkeit, Sorgfalt und Wahrhaftigkeit - Menschenwürde und Persönlichkeitsrechte - Handwerklich saubere Recherche - Sicherheit vor Schnelligkeit - Informantenschutz - Trennung von Fakten und Meinungen - Kontrolle und Korrektur der Einträge	Qualitätskriterien erfassen		Qualität
9	Welche Rolle spielen ethische Prinzipien in J-Blogs?	Ethische Kriterien erfassen		Ethik
10	Seit einiger Zeit kursieren im Netz Vorschläge für einen „Ethik-Kodex“ von Bloggern für Blogger. Was halten sie von dieser freiwilligen Selbstkontrolle?	Ethische Kriterien erfassen	**10.1.** Was halten Sie von Sanktionierungen, wenn ein Blogger gegen Vorschriften verstößt? **Stichwörter:** Ausschluss aus der Blogosphäre, Meldung des Blogs, etc. **10.2.** Denken Sie, dass es, sollte ein Blogger falsche Informationen veröffentlichen, Unterschiede in Hinblick auf Sanktionierungen zwischen Journalisten und „normalen“ Bloggern gibt?	Ethik

I:	**Lesen Sie Weblogs, die nicht von Journalisten geschrieben werden?**			
11	Inwiefern wird auch in Weblogs von Nicht-Journalisten ihrer Meinung nach auf Qualität Wert gelegt?	Vergleichende Qualitätskriterien erfassen	**11.1.** Könnte man speziell in Blogs die Handlungsweisen von Bloggern und Journalisten vergleichen?	Qualität
12	Zu welchem Zweck nutzen Sie Weblogs anderer Personen?	Nutzungszwecke erfassen	**Stichwörter:** Recherchetool, Veröffentlichung von Inhalten, Ideen- und Themenfindung, Verbreitung von Wissen, Spaß an der Sache, zum Networking	Weblogs als Werkzeug
13	Würden Sie behaupten, dass Weblogs zu einem Werkzeug journalistischer Berichterstattung geworden sind? Weshalb?	Nutzungszwecke erfassen		Weblogs als Werkzeug
14	Inwiefern verändert die enorme Dynamik der Blog-Kommunikation den journalistischen Alltag?	Nutzungszwecke erfassen	**14.1.** Inwiefern können Journalisten von Weblogs profitieren? **14.2.** Wie profitieren sie persönlich davon? **14.3.** Könnte man sagen, dass die Führung eines Blogs in irgendeiner Art und Weise für ihre hauptberufliche Tätigkeit von Nutzen ist?	Verhältnis Blogosphäre und traditionelle Medien
15	Haben nationale Medienunternehmen im internationalen Vergleich Ihrer Meinung nach, Nachholbedarf in diesem Bereich? Wenn ja, inwiefern?	Begründung erfassen	**Stichwörter:** Anzahl der Blogs in der Blogosphäre; Aktualität der Medien-Blogs? **15.1.** Haben Sie es schon einmal erlebt, dass Themen, die in der Blogosphäre aufgegriffen werden, den Weg in die klassischen Medien finden?	Verhältnis Blogosphäre und traditionelle Medien
16	Wie würden Sie den Einfluss, den Weblogs heutzutage auf Journalisten und ihre Medien haben, beschreiben?	Begründung erfassen		Verhältnis Blogosphäre und traditionelle Medien
17	Denken Sie, dass der Grund für das wachsende Interesse an Blogs, die Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien ist?	Begründung erfassen	**17.1** Glauben Sie, dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die stetige, aber doch etwas langsamere Entwicklung von J-Blogs in Österreich hat? **Stichwörter:** Konzentration, Quasi-Monopolstellung, Einflüsse aus Deutschland	Verhältnis Blogosphäre und traditionelle Medien

18	Weblogs werden oft als Gefahr für die klassischen Medien thematisiert. Wie denken Sie über diese Überlegungen?	Begründung erfassen	**Stichwörter:** Überholung des journalistischen Berufs	Verhältnis Blogosphäre und traditionelle Medien
19	Welche konkreten Erwartungen haben Sie in Hinblick auf das Phänomen „Weblog“ auf die Zukunft?	Zukunfts-einschätzung	**Stichwörter:** - persönliche Visionen, Vorstellungen - Kritikpunkte - Wünsche	Keine
I:	**Der Befragte wird zum Abschluss gefragt, ob er noch etwas hinzufügen möchte. Der Interviewer bedankt sich für das Interview.**			

INTERVIEWS FÜR DAS AUSWERTUNGSVERFAHREN

Fall: A

I: Was ist in erster Linie deine Motivation, Deine Intention ein Weblog zu schreiben?

P01: Begonnen hat das von 1 ¼ Jahren. Ich bin zusammen mit einem selbstständigen PR-Berater, der sich sehr auf dieses Social Media Thema konzentriert. Und wir haben damals gemeinsam ein Konzept für eine andere Tourismusdestination entworfen, die dann leider nicht genommen wurde. Und dann haben wir gesagt, eigentlich ist die Idee so gut, dass wir das selbst probieren wollen. So ist die Idee des Kärnten-Blogs entstanden, der zugrunde liegt, dass man die Tourismusdestination Kärnten und alles was man im Internet darüber erfahren kann, ergänzt durch Geheim- oder Einheimischentipps, Insiderinformationen oder auch Buschenschenken oder schöne Plätze festhält. Also, dass man das wirklich von unten herauf – **man kann Geschichte von unten erzählen – und man kann sozusagen eine Tourismusdestination von unten beleuchten.**

I: Das Blog ist ja kein direkter Kleine-Zeitung- Blog. Wie nahe steht aber der Blog dem Medium?

P01: Nicht, denn ich bin ja auch nicht bei der Kleinen Zeitung angestellt, bin ja freie Journalistin und schreibe unter anderem für die Kleine Zeitung. Eine Affinität oder ein Naheverhältnis zur Kleinen Zeitung gibt es insofern, als dass ich in der Kleinen Zeitung in der Reiseredaktion begonnen habe und dann auch in der Wirtschaftsredaktion auch viel mit Tourismusthemen speziell Kärnten betreffend gearbeitet habe und sich dadurch so eine Art (?) als freie Journalistin entwickelt hat. Aber hat nichts mit der Kleinen Zeitung zu tun.

I: Hat das Blog für Dich auch einen Netzwerk-Effekt?

P01: Also ich kann das für mich persönlich schon in gewisser Weise nutzen. Ich schreibe zum Beispiel auch fürs Alpe-Adria-Magazin oder für den Kärntner Monat. Also ich kann das einerseits in meine journalistische Arbeit hinein verwerten und andererseits meine journalistische Arbeit, das Wissen für dieses Weblog verwenden.

I: Es hört sich so an, als wären das eher persönliche Gründe aus denen du bloggst, oder gibt es auch berufliche?

P01: Ja, es **war natürlich für mich jetzt auch eine Experimentiermöglichkeit**. Journalismus geht immer mehr in den Online-Bereich und immer mehr Felder tun sich da auf. Also ist für mich natürlich interessant die **Herangehensweise zu lernen, auch mir das Technische anzueignen**. Also wie man gewisse Dinge verlinkt und Files hineinstellt, das muss man sich ja auch mal genau anschauen. Wir arbeiten auf WordPress und da muss man sich anfangs auch einmal irgendwie zurecht finden. Das Tolle am Weblog ist, dass man dadurch wirklich **messen kann, welche Geschichten zum Beispiel gut sind, welche überhaupt nicht ziehen**. Das ist natürlich auch **interessant, weil man darauf auch Feedback bekommt**.

I: Und welchen Stellenwert nimmt das Bloggen in deinem Tagesablauf ein?

P01: Momentan steht der Weblog, weil wir beide im Juni irrsinnig viel zu tun hatten, es gibt immer wieder Phasen wo weniger passiert oder Phasen wo mehr passiert. Wir legen sehr großen Wert darauf, weil das was wir dort empfehlen, das sollen nur Positivbeispiele sein. Negativbeispiele haben wir von Anfang an heraus geklammert. Außerdem legen wir großen Wert darauf, dass wir das selbst anschauen oder besuchen, und deshalb ist das oft sehr zeitabhängig und muss sich mit der Freizeitgestaltung vereinbaren lassen. Also das ist demnach nicht immer gleich, wir erlegen uns da eigentlich auch keinen Druck auf, also wir versuchen es zumindest nicht.

I: Hast Du mit dem Bloggen bereits negative Erfahrungen gemacht?

P01: Wenn man einen Kärnten-Blog führt, dann wird man insofern angreifbar, weil Kärnten natürlich dieses „braune“ Haider-Image hat, also es ist einfach so dass es Leute gibt, die das sofort in eine politische Ecke drängen. Und da haben wir schon einmal ein richtig giftiges Kommentar gehabt, warum wir überhaupt Kärnten ein Blog widmen, und das sei langweilig und Kärnten ist fad, braun und doof. Und dann hast es sich herausgestellt, dass dieser Kommentator dann eigentlich selbst ein Kärnten-Blog eröffnen wollte, er hat dann allerdings www.kärnten-blog.at gemacht und wollte das eher von einer politischen Seite her aufziehen und Kärnten als das nationalsozialistische Kernland darstellen. Und dann hat er wahrscheinlich irgendwann in Google unseren Kärnten-Blog gefunden.

I: Wie wichtig ist Dir der Austausch mit den Lesern?

P01: Also wir haben es uns **zum Ziel gemacht, dass wir jeden Kommentar beantworten** sofern er jetzt nicht nur rein „super, gefällt mir“ beinhaltet. Aber **sonst beantworten wir**

eigentlich jeden Kommentar. Ansonsten haben wir noch eine Facebook-Gruppe gegründet „Kärnten-Blog“, Kärnten-Blogger, die etwa um die 20 Mitglieder momentan hat. Und ich weiß jetzt nicht inwiefern das jetzt in Kontakt treten ist, das würde eher unter Blog-Marketing fallen, denn **wir versuchen schon auf diversen Plattformen unsere Spuren zu hinterlassen**. Und auch **Kommentare auf anderen Destinationsblogs auf eine Art zu hinterlassen**.

I: Gibt es in Hinblick darauf auch Leser, die Dir ein E-Mail schreiben?

P01: Ja, **E-Mails gibt es auch**, vor allem wenn es darum geht, dass **uns Leser weitere Tipps zukommen lassen**, weil sie uns sagen, dass irgendetwas total nett ist, dass wir uns das anschauen sollten, dann passiert das meistens über E-Mail. Und das kommt dann auch in den Blog.

I: Gibt es eine Mission, die Du als Bloggerin verfolgst?

P01: Nein, **die Mission ist reines Eigeninteresse**. Also mir **die Skills anzueignen, dieses ganze System verstehen zu lernen**. Und mir war wichtig, dass ich dann nicht irgendein tagebuchartiges Blog aufziehe, weil mir gehen da recht bald die Themen aus. Als Journalist ist man natürlich darauf getrimmt, über irgendetwas zu schreiben, aber nicht unbedingt über sich selbst. Aber da wird es auch verschiedene Typen geben. Also dieses sachbezogene Blog, dieses über etwas Schreiben ist mir lieber als über mich selbst zu schreiben.

I: Welche Rolle spielt Deiner Meinung nach Qualität in Weblogs von österreichischen Journalisten?

P01: Eine große Rolle. Ich denke Journalisten sind gut darauf geschult, irgendeinen „Trash“ von etwas zu unterschieden, dass auch wirklich Inhalt hat. Man kann sicher auch aus Seiten, wo jemand über sich selbst schreibt, irgendwelche interessanten Tendenzen auflesen. Aber ich denke mir Journalisten wissen das sehr bald wenn sie sich ein bisschen mit der Materie beschäftigen zu unterscheiden was Qualität ist und was nicht. Ich kenne zum Beispiel eine Bloggerin, die hat es sich zur Maxime gemacht mindestens jeden Tag einen Post zu schrieben. Das ist auch eine Destinationsbloggerin. Da kommt dann halt auch oft Mist raus, weil man hat nicht jeden Tag die (?) Also ich glaube Journalisten haben da ein sehr gut geschultes Auge zu unterschieden, was wirklich Content ist, der irgendetwas transportiert oder was es eben nicht ist.

I: Welche journalistischen Darstellungsformen entsprechen Blog- Beiträgen am ehesten?

P01: Es ist schon gefärbt, also es ist schon sehr subjektiv meistens. Ich denke das ist auch ein Merkmal von Blogs. Also der Kommentar, aber natürlich gemischt mit Fakten.

I: Liest Du Weblogs von Nicht-Journalisten?

P01: Ich lese Weblogs von anderen Journalisten und ich lese auch Weblogs von Nicht-Journalisten.

I: Wie beurteilst Du die Leistungen von Journalisten im Vergleich zu nicht-journalistischen Bloggern? Lassen sich in Hinblick auf Qualität Unterschiede erkennen?

P01: Ich glaube, dass **Journalisten meistens mehr Themen-fokussiert schreiben**, **dass Journalisten sich wirklich die Mühe machen die Auswahl am Blog zu bewegen oder so zu verlinken dass sich ein größeres Bild ergibt**. Meiner Meinung nach neigen Journalisten sicher mehr zu Sarkasmus. Ich will jetzt nicht sagen, dass Journalisten besser schreiben, weil es gibt auch so viele Nicht-Journalisten die so gut schreiben. Aber **ich denke dieses Faktenbezogene, themenbezogene, recherchierte, ist schon etwas was Journalisten in ihren Blogs auszeichnet.**

I: Wie stehst du in Hinblick auf J-Blogs zu subjektiven und parteiischen Meinungen?

P01: Ich denke **ein Blog ist ja sehr viel mehr an eine Person gebunden, als irgendein herkömmliches Medium**, also als Zeitungen, Magazine oder Radiosender usw. Also **das Blog ist sehr viel personenbezogener und auch sehr viel gefärbter und auch sehr viel aus dieser Gedankenwelt und der Welt in der diese Person lebt heraus geschrieben**. **Insofern ist es einfach etwas dass dieser Person in gewisser Weise auch entspricht**. Also **ich denke man kann aus einem Blog sehr viele Persönlichkeitsmerkmale herauslesen.**

I: Glaubst Du, dass speziell Journalisten aufgrund ihres Rollenselbstverständnisses Wert auf eine qualitative Berichterstattung legen?

P01: Ja, da ist die Frage wie man Qualität definiert.

I: Weil Du gemeint hast, es kommt darauf wie man Qualität definiert. Deshalb würde ich von Dir gerne wissen: Wie würdest Du ein qualitativ hochwertiges Blog definieren? Was macht es für Dich aus?

P01: **Eine gewisse Tiefe mit der man in das Thema eindringt.** Egal ob das jetzt irgendwelche Rezeptseiten sind, oder Gastrogeschichten oder Techniksachen oder z.B. auch der Bild-Blog. **Man geht vielleicht etwas sorgfältiger mit Inhalten um*** und **geht tiefer auf das Thema ein**. Schwer zu sagen. **Jedenfalls bleibt es sehr viel weniger an der Oberfläche, als Blogs, die ich nicht als qualitativ hochwertig bezeichnen würde.**

I: Inwiefern ist Dir Qualität im eigenen Blog wichtig? Welche Maßnahmen zur Qualitätssicherung ergreifst Du konkret im Blog? Dazu gibt es ein paar Fragen, die darauf hinleiten können: Was sind die wichtigsten Quellen Deiner Einträge?

P01: **Eigenes Erlebnis**. Wenn wir vor Ort sind, dann **nehmen wir immer Unterlagen mit**, **es liegen ja oft Flyer oder Broschüren auf***, dann **natürlich eine Internetrecherche**. In vielen Fällen **ein persönliches Gespräch mit den Personen, z.B. Shopbesitzern oder Wirten.** Wir arbeiten ja auch mit Google Maps, insofern was die Geo-Daten anbelangt. **In Ausnahmefällen wenn es sich einmal ergibt, hier einmal ein Blick in den Relax-Guide, also auch in entsprechende Literatur.**

I: Das heißt, wenn Du Online- oder Offline- Quellen verwendest, setzt Du dann einen Link?

P01: **Ja, bei Onlinequellen setze ich einen Link*.** Wenn ich direkt **aus Offlinequellen zitiere dann nenne ich schon die Quelle**. Wenn es irgendein allgemeines Wissen ist, dass mir im Hinterkopf herumschwirrt, kann ich die Quelle meistens nicht mehr nennen.

I: Bringt das Thema auch Interessenskonflikte mit sich?

P01: Nein, Interessenskonflikte gibt es bei mir eigentlich nicht.

I: Wenn Du wichtige Informationen veröffentlichst recherchierst Du dann noch einmal nach?

P01: **Ja!** Jüngstes Beispiel: Wir haben eine Geschichte geschrieben über die Katharina Schratt in Kärnten. Und es gibt da ein Gasthaus am Längssee, das lange Zeit im Vorraum so eine Geschichte der Katharina Schratt hängen hatte. Wir sind dann extra hingefahren und haben dort einen Kaffee getrunken und das war weg. Und da haben wir uns schon die Mühe

gemacht ein bisschen herum zu fragen was da jetzt los ist ob die Geschichte nicht stimmt oder ob renoviert wurde und vergessen wurde die Geschichte wieder aufzuhängen. Und wir haben da auch bei Leuten angefragt die da öfter verkehren, was da jetzt los ist. Und es hat sich dann herausgestellt, dass es diesbezüglich einen Streit gibt und wir haben dann versucht dieses Thema elegant zu umschiffen. Weil es ist für jemanden, der von außen kommt nicht von Interesse ob die Familie da intern ein Problem hat oder nicht. **Insofern würde ich schon sagen, wenn ich mir irgendwie unsicher bin, dass ich irgendwoher zusätzliche Informationen herbekomme**, weil im Internet steht das dann immer bis in alle Ewigkeit und es ist immer schlecht wenn da was steht, was total falsch ist.

I: Ist es Dir schon einmal passiert, dass Du nach der Veröffentlichung eines Eintrages oder eines Artikels einen Fehler entdeckt hast. Hast Du diesen dann korrigiert oder würdest Du das tun?

P01: **Ja das ist uns schon einmal passiert**. Da hat uns dann aber eine Kommentatorin darauf aufmerksam gemacht. **Wir haben nämlich eine Geschichte zum Thema „Gmünd" gemacht und haben dann einen falschen Link gesetzt,** denn wir haben gmünd.at eingegeben und das ist eigentlich das Gmünd im Waldviertel. **Und es hat uns dann jemand geantwortet, dass die Verlinkung falsch ist** und wir **haben geantwortet: „Danke für den Hinweis, wir bessern es aus!"** Also das sind jetzt keine schlimmen Sachen, aber das kommt dann meistens durch Kommentare ans Tageslicht wenn irgendetwas total falsch ist.

I: Ich zeige Dir nun eine Liste mit journalistischen Qualitätskriterien bzw. Grundsätzen. Kläre bitte, wie Du die Berichterstattung in Journalistenblogs in Hinblick auf diese Qualitätskriterien beurteilst.

P01: Ich gehe es mal der Reihe nach durch. **Unabhängigkeit ist gegeben,** weil wir keine Werbeeinschaltungen haben oder so etwas in der Art. Sorgfalt auch. **Wahrhaftigkeit ja, aber eine subjektive Wahrheit*. Menschenwürde absolut, ich meine es liegt auch in der Natur der Ausrichtung des Blogs**. **Und wir würden auch nie jemanden mit Namen nennen, mit dem wir das nicht abgesprochen haben****. **Recherche, ja wie gesagt wir legen Wert darauf, dass wir das selbst machen und recherchieren**. Gewichtung der Themenauswahl: Nachdem wir das zu zweit machen kommen unterschiedliche Meinungen zu Tage, was wir bloggen wollen. Wir haben auch eigene Listen was wir bloggen könnten und da reden wir drüber – ist das ein Tipp oder ist das keiner. Ich meine jetzt zum Beispiel am Sonntag waren wir Essen in einem Fischgasthof, den wir vom vorigen Jahr noch in sehr guter Erinnerung hatten und wir sind wirklich hin auch mit der Kamera um das als Tipp zu bringen, dann war

das aber so mies, dass wir gesagt haben, das können wir nicht empfehlen. **Also die Gewichtung der Themenauswahl ist glaube ich gegeben***. **Sicherheit vor Schnelligkeit: Ja, wir müssen ja nicht täglich am Blog was schreiben oder auch nicht wöchentlich****. **Informantenschutz fällt hier eigentlich weg, weil wir ja niemandem weh tun***. **Handwerklich saubere Recherche ist glaube ich eh schon besprochen, ist in diesem Fall gegeben******. **Trennung von Fakten und Meinungen**: Das ist halt so eine Geschichte, da muss man glaube ich als Leser genauer hinschauen, wo ist von Fakten die Rede und wo ist von der Meinung die Rede. Also **das ist sicher ein Thema, das ist ein bisschen anders als im Journalismus denke ich**. Kontrolle und Korrektur der Einträge: Ist jetzt auch sicher nicht so happig wie zum Beispiel in einem normalen Print-Produkt wo es auch einen Korrektor gibt. In einem Blog-Post kommen ja auch manchmal Rechtschreibfehler vor oder. Also die beiden letzten Punkte sind in Blogs allgemein, oder auch in unserem Beispiel ein bisschen anders, als in einem normalen journalistischen Beispiel.

I: Welche Rolle spielen ethische Prinzipien in Journalisten-Blogs?
P01: **Sie spielen durchaus eine Rolle**. Es gibt natürlich auch Blogs wie der von Don Alphonso, der ja über alles drüberfährt, was ihm irgendwie im Weg steht. Kann man so allgemein nicht sagen, ich glaube einige leben sich da irgendwie aus. Die nehmen sich ja alles raus was im normalen Redaktionsalltag halt nicht so möglich ist. Aber in unserem Fall spielt das keine Rolle.

I: Seit einiger Zeit kursieren im Netz Vorschläge für einen „Ethik-Kodex“ von Bloggern für Blogger. Was hälst Du von dieser freiwilligen Selbstkontrolle?

P01: Ja, davon habe ich am Rande schon einmal gehört. **Ich halte davon sehr viel und ich denke das lässt sich in der Blogosphäre – das ist so ein eigener Bereich der sich eigentlich selbst reguliert – auf lange Zeit durchsetzen, indem man jemanden aus der Blogroll kickt oder diesen Blog auch einfach nicht mehr liest. Also das ist eine sich selbst regulierende Geschichte und ich halte sehr viel davon.** Weil es ist heutzutage sehr leicht jemanden über Internet im Google-Ranking sehr weit oben eines „drüber zu ziehen“. Wenn man die Mechanismen dahinter versteht, ist es eigentlich etwas sehr gefährliches was die digitale Reputation angeht. **Ich glaube das der „Blogger’s Code of Ethics“ umsetzbar ist, zwar nicht bis in den hintersten Winkel, aber so als Mainstream-Signal oder als Mainstream-Erscheinung ja. Es gibt das jetzt und ich glaube, dass die meisten dazu bereit sind sich daran zu halten.** Die wenigen die sich nicht daran halten, stehen vielleicht ein bisschen im „Out“.

I: Wenn ein Blogger, unabhängig davon ob dieser Journalist ist oder nicht gegen Vorschriften verstößt, was hälst Du dann von Sanktionierungen gegen diese Person?

P01: **Das Problem ist dass alle bloggen und keiner weiß wie eigentlich die rechtlichen Rahmenbedingungen dahinter ausschauen**. Es ist natürlich einfach ein Blog zu melden und derjenige bessert das einfach aus und das ist vielleicht nicht einmal das was vielleicht meldenswert gewesen wäre. Dadurch dass das so schnell ist und so leicht bearbeitbar ist ein bisschen schwerer zu erwischen, wenn da jemand was falsches schreibt. **Also ich bin auf alle Fälle nicht dafür, dass Blogger Narrenfreiheit haben. Ich denke es gibt da einfach gewisse Schranken, die man akzeptieren muss** – gerade was Persönlichkeitsrechte etc. angelangt. Und ich bin auch dafür, dass man sich daran hält, **die Frage ist halt nur: „Wer legt das fest und wie wird das sanktioniert?“**

I: Denkst Du, dass es eigentlich mehr ins Gewicht fällt, wenn ein Nicht-Journalist eine Falschmeldung postet oder wenn das eben ein Journalist tut. Glaubst Du, dass das unterschiedlich gehandhabt wird?

P01: **Das dürfte es eigentlich nicht geben. Ob der Blogger der schreibt Journalist ist oder Automechaniker, das ist egal weil im Internet ist das gleich gewichtet.**

I: Würdest Du behaupten, dass man im Netz die Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten in ihren Weblogs vergleichen kann?

P01: **Ich glaube, dass Journalisten ihr Handwerkszeug auch im Online-Bereich anwenden, sie erkennen einfach eine Geschichte und finden daran Aufhänger. Sie sind vielleicht sprachlich so aufgestellt, dass sie das einigermaßen verständlich rüberbringen können und sich kurz fassen können. Also ich denke das sind Dinge, die Journalisten aus ihrer täglichen Arbeit mitbringen. Das ist einfach ein Handwerkszeug, das man hat und das macht sich im Netz auch bemerkbar.**

I: Zu welchem Zweck nutzt Du Weblogs anderer Personen?

P01: **Wenn ich die Personen persönlich kenne, einfach um sie „upzudaten“ oder zu erfahren was die gerade machen oder was sie erlebt haben**. Wenn ich themenrelevante Blogs lese, dann einerseits um **Neuigkeiten zu erfahren*** und andererseits um **Wissen zu generieren****. **Und nachdem ich Journalistin bin, dass ich dann die eine oder andere Sache finde, die mich auf neue Ideen bringen, also zur Ideen- und Themenfindung nutze**

ich Blogs*. Auch **aus Spaß an der Sache** nutze ich Blogs, **wenn das stilistisch irgendwie lässig ist, dann lese ich das auch gerne.** In Bezug auf **Recherche: Wenn jemand ein Thema anspricht und da gibt es einen Link auf eine weiterführende Seite, dann kann das schon passieren, dass das ein Beginn einer längeren Recherche ist.**

I: Würdest Du behaupten, dass Weblogs mittlerweile zu einem Werkzeug journalistischer Berichterstattung geworden sind?

P01: Ich weiß nicht wie weit verbreitet das schon ist. Also die Kollegen die ich da habe sind alle angestellt, die sind von 10 bis 6 Uhr abends mit tagesaktuellen Inhalten beschäftigt und haben sicher auch nicht den Geist sich am Abend noch hinzusetzten und Blogs zu lesen. **Ich bin freie Journalistin und muss schauen, dass ich mir die Themen selbst zusammensuche. Ich denke, das geht eher in diese Richtung: Wie weit verankert ist man in einer Redaktion, was hat man da für Aufgaben, wie viel Arbeit hat man fix jeden Tag oder ist es eher etwas wo man sagt, ich muss kreativ sein, ich muss mir die Themen organisieren. Ich denke das ist eine Angestellten-Freie Geschichte momentan.**

I: Damit bringst Du mich auf eine kurze Zwischenfrage: Warum glaubst du dass es Leute gibt die angestellt sind und bloggen, aber das dann irgendwie fallweise so machen, dass viele Leute das Gefühl haben, dass der Blog eher lieblos ist und nach einer Zeit nicht mehr so aktiv erscheint?

P01: Also lieblos, ich kann mir das gut vorstellen. Erstens einmal, **am Anfang sagt man, man macht jetzt auch einen eigenen Blog, weil man will ja im Internet irgendwo vorhanden sein**. Und dass das dann weniger wird oder zunehmend abstirbt ist auch logisch, weil wenn einen der Alltag einholt und weil man vielleicht nachdem man am Blog immer dranbleiben muss geht einem da sicher mal leicht die Luft aus. Weil im Ranking fällt man sofort nach unten wenn man mal ein Monat nichts macht. Lieblos vielleicht deswegen, weil ich glaub das bedruckte Papier ist im Bewusstsein der meisten Journalisten sehr viel mehr Wert als Internet-Handwerk, obwohl das ja im Internet sehr viel länger vorhanden ist, als jedes Magazin für das ich je geschrieben habe. Ich glaube, das ist so eine Wertigkeitsgeschichte.

I: Inwiefern verändert die enorme Dynamik der Blog-Kommunikation den journalistischen Alltag?

P01: **Ich würde das nicht auf Blogs alleine anstellen. Die ganze Content-Produktion konzentriert sich ja zunehmend auf den Online-Bereich**. Aus früher Homepages von Medien sind Multimedia-Portale geworden, die alles schneller bringen und noch besser ausrecherchiert, und noch besser aufgemacht mit Fotos und O-Tönen. **Ich denke, das ist etwas, das sehr dynamisch oder dynamisierend wirkt. Blogs sind da eigentlich nur ein Teil des großen Ganzen.**

I: Inwiefern profitieren Deiner Meinung nach Journalisten von Weblogs?

P01: Wenn sie sie selbst schreiben, können sie sich **Online eine gewisse Reputation aufbauen**, vielleicht in einem Themenfeld, dass sie journalistisch nicht hauptsächlich betreuen, also ich denke da geht vieles dann auch in den Offline-Bereich. Ich kenne jemanden der hat einen Blog, der beschäftigt sich nur mit Partyzelten, den werden wir einmal in unserer Beilage mit Autor und Zelte im Print auch bringen. Ich denke wenn man ein spezielles Interessensgebiet hat, kann man das Online kommunizieren und das ist für Journalisten dann auch interessant. Andererseits ist das Online-Handwerkszeug – wenn man sagt man möchte jetzt einen Podcast oder Videocast probieren – man kann sich da spielerisch vorarbeiten und wenn man es konsumiert: **Geschichten aufgabeln, Themen finden*, Horizont erweitern****, all dies.

I: Wie profitierst Du selbst vom Bloggen? Was ist Dein persönlicher Profit?

P01: **Ich habe aufgrund dieses Weblogs, das wir führen schon einmal einen Workshop gehalten und ein bisschen was verdient dabei. Ich hab schon Konzepte geschrieben, die in eine ähnliche Richtung gehen und habe auch verdient dabei.** Ich hab mich **in diese ganze Blogosphäre vertiefen können und mir das Handwerkszeug aneignen können.** Auch sozusagen die Fixsterne kennt man und dann weiß man, an den muss ich mich dranhängen, weil dann habe ich vielleicht auch mehr Traffic. Und man lernt auch mit Kritik anders umzugehen, weil das auch sehr direkt kommt, meistens. Also wenn ich in der Zeitung was schreibe, ist es ja selten, dass ein Leserbrief kommt, weil das ja sehr viel Arbeit ist. Ein Leserbrief ist schwieriger zu schreiben, ein Kommentar ist gleich einmal geschrieben. Und es ist natürlich auch **die Auseinandersetzung mit der Digitalisierung des ganzen Bereichs und das Bewusstwerden, dass sich da ganz viel verändert und sich selbst vielleicht schon in Stellung zu bringen für das, was noch so kommt.**

I: Könnte man sagen, dass die Führung deines Blogs für deine hauptberufliche Tätigkeit von Nutzen ist?

P01: Absolut. Es befruchtet sich gegenseitig, das ist das eine. Was die Themen anbelangt: **Ich eigne mir Wissen an, das ich später mal in Form von einer Geschichte wieder mal brauchen kann**. Ich denke, Wissen, das man hat, kann mir niemand mehr nehmen. **Wir sind letztes Jahr vom Österreich-Blog als Gastautoren eingeladen worden, und da hat sich auch beim Google-Ranking einiges verändert, weil ich jetzt mit ganz irgendwelchen Kulinarik-Themen ganz oben stehe**, komischerweise. Hat mir auch schon bösartige Kommentare eingebracht von Kulinarik-Journalisten in Kärnten, die jetzt Angst haben, dass ich da in ihr Revier eindringen möchte. Ganz komisch. **Aber ich profitiere auf alle Fälle davon, weil ich auch das Bewegen in diesem neuen Umfeld spielerisch erlerne.**

I: Haben nationale Medienunternehmen im internationalen Vergleich Deiner Meinung nach, Nachholbedarf in diesem Bereich?

P01: Das würde ich allgemein ein bisschen durchgehen. **Ja ich denke schon, dass sie Nachholbedarf haben**. Man könnte zum Beispiel mehr herausholen aus manchen Blogs, die die Redakteure auf manchen Homepages stehen haben. Also zum Beispiel wie hat der Gusenbauer „drein" geschaut, als er ihm diese Frage gestellt hat. Also es ist ja sehr viel mehr Politik vermitteln. Ich denke da auch die geeigneten Geschichten herauszufiltern, die man dann bloggt, das ist eigentlich die Herausforderung. Weil die Geschichten in der Zeitung, das ist ja wieder etwas anderes. Also man müsste eigentlich wenn man was bloggt einen ganz anderen Ansatz zu wählen. Die Sachen, die sonst nirgends lesbar sind und für Journalisten auch nicht Wert erscheinen, dass man sie schreibt, dann die zu transportieren, denn das ist was die Blogosphäre auch ausmacht, dieses subjektive, dieses menschliche, Beobachtungen oder sowas transportieren. Das mit dem Nachholbedarf kann ich nicht beurteilen, weil ich mich mit anderen Ländern nur wenig beschäftige. **Was momentan auffällt ist sicher, was zum Beispiel Wahlkämpfe betrifft, dass in den USA Barack Obama, gerade was das Web2.0 betrifft komplett neue Maßstäbe setzt, da ist Österreich sicher ewig hinterher.** Ich habe zuletzt eine Geschichte gemacht, die geheißen hat „Haider googelt Haider", die Aufgabenstellung war einfach die, dass man sich mit ihm zusammensetzt und sich seine Google-Rankings anschaut und schaut welche Seiten das sind. Und es hat sich herausgestellt, dass er sich das noch nie zu Gemüte geführt hat, dass ihm seine Online-Reputation „scheißegal" ist, und wie damals zu Sanktionszeiten und er tut einfach nichts in die Richtung. **Und das ist schon ein Nachholbedarf glaube ich**. Gerade der Georg (Anm.: Holzer) hat letztens bei einem Vortrag von ihm gesagt, laut letzter Media-Analyse sind die 14-29-jährigen schon mehr im Internet unterwegs als in herkömmlichen Medien. Und das ist denke ich auch ein Bereich der weiter wachsen wird. Und wenn man nicht darauf schaut, dass man das im

Internet das einigermaßen steuert was da publiziert wird, dann wird das zunehmend ein Problem werden.

I: Hast Du es schon einmal erlebt, dass Themen, die in der Blogosphäre aufgegriffen werden, den Weg in die klassischen Medien finden?

P01: Ja, das hat es schon oft gegeben. Ein Beispiel, dass zum Beispiel mein Freund immer bringt, ist das von einem Radschloss, das geknackt wurde und das hat sogar ungeheure finanzielle Einbußen gebracht. In Österreich, da kann ich mich aber an kein Beispiel erinnern.

I: Wie würdest Du den Einfluss, den Weblogs auf Journalisten und ihre Medien haben beschrieben?

P01: **Der Einfluss ist noch sehr gering.**

I: Denkst Du, dass der Grund für das wachsende Interesse an Blogs, die Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien ist?

P01: **Ich denke das ist einfach das Format dieses Mediums, weil es eben persönlich gefärbt ist und** ich denke man ist auch immer sehr neugierig was der Nachbar gerade macht – schaut beim Fenster hinaus und in seinen Garten hinein. Ich denke das ist so eine beiläufige Handlung, die aber **mit sehr viel Neugier verbunden** ist. **Viel Interesse an anderen Menschen** oder so. Man schaut auch bei einer Werbung auch lieber der Person ins Gesicht, als auf die Autotür. Menschen interessieren sich immer für Menschen und das was bei herkömmlichen Medien transportiert wird, ist auch immer menschlicher, weil diese Promi-Berichterstattung exponentiell zunimmt. Es werden dann oft Promis produziert – auf lokaler Ebene - die noch gar nicht prominent sind. Also es sind dann immer die Menschen, die dann sozusagen eine Magnetwirkung haben. **Und ich denke davon kann auch die Blogosphäre sehr gut leben, dass es einfach menschlich und persönlich ist.**

I: Glaubst Du, dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die stetige, aber doch etwas langsamere Entwicklung von J-Blogs in Österreich hat?

P01: **Nein, also ich denke das ist nicht die Hauptursache, vielleicht eine von vielen**. Ich war vor 2 Monaten in Kalifornien und die haben einfach seit Anfang der 90er in jedem Haushalt High-Speed-Internet. Dort hat dieses Medium auch als Informationsmedium schon eine jahrelange Tradition. Bei uns gibt es Menschen, die haben sich jetzt gerade erst mal die

DVBT-Box angeschafft oder anschaffen müssen. Also ich denke da ist einfach von der Infrastruktur her auch noch einiges zu machen. Und die Medienkonzentration: Ich meine, ich hab als Startseite auch den ORF, weil ich da immer die letzten Nachrichten bekomme. **Ich glaube nicht, dass die Medienkonzentration so eine große Rolle spielt. Ich denke das ist die Infrastruktur und das Mindset.** Ich meine man fragt sich warum hat die Krone einen so hohen Marktanteil erhalten können und das hat wahrscheinlich mit dem Rezeptionsverhalten der Leser zu tun.

I: Weblogs werden oft als Gefahr für die klassischen Medien thematisiert. Wie denkst Du über diese Überlegungen? Was spricht dagegen?

P01: Ich denke wenn ein Weblog über Segelboote richtig gut gemacht ist, dann kann es einem Magazin wie dem Yachtmagazin beispielsweise gefährlich werden. **Also in diesem Nischenbereich denke ich schon, dass die Weblogs wenn sie gut gemacht sind, vielleicht zum Teil ein bisschen an Aufmerksamkeit abziehen können.** Aber bei dem allgemeinen Nachrichtenbereich, weiß ich es nicht. Ich lese zum Beispiel gerne „Gossip Girls“, - ich weiß nicht ob Du das kennst - das ist so ein Comic Gossip, unter den besten deutschen Gossip Blogs gewählt worden, aber das hält mich nicht davon ab, wenn ich zum Beispiel beim See liege, dann noch das Seitenblicke-Magazin zu lesen. **Ich glaube das ist eher ein Zusatz.**

I: In Hinblick auf das Phänomen „Weblog“: Welche konkreten Erwartungen hast Du in Hinblick auf die Zukunft?

P01: Wenn ich konkrete Erwartungen hätte, dann würde ich wissen wie sich das konkret entwickelt. Die habe ich nicht. Ich weiß nur, dass zum Beispiel die Online-Redaktion der Kleinen Zeitung noch aus 3 Personen bestanden hat und heute sind es 8 oder 10, die bekommen anscheinend jeden Tag einen dazu. Also es ist ersichtlich, dass dieser Online-Bereich sehr stark wächst, im Vergleich zu den herkömmlichen Redaktionen, die gleich bleiben oder sogar geschmälert werden. Es ist sicher ein Zukunftsfeld für Journalisten, es ist allerdings momentan in Österreich – oder ich glaube zumindest in den meisten österreichischen Medien ist es zumindest- so, dass der Online-Journalismus sich irgendwann emanzipieren muss, denn momentan ist das mehr oder weniger so ein Copy-Paste und ich suche ein paar Bilder dazu und ich schau dass ich ein Video dazu mach. Also es sind eigentlich mehr Leute, die sitzen den ganzen Tag vor dem Computer und „schupfen“ die ganze Zeit nur Content hin und her. Und ich denke die haben schon die Möglichkeit theoretisch, dass sie selbst Geschichten aufstellen, selbst recherchieren, die sie dann schön aufmachen, die sie dann an Print oder einem Sender verkaufen, aber das ist eher so im

Anrollen noch momentan. So eine Selbstvertrauensgeschichte, die sich da erst entwickeln muss. Spezifisch auf Journalisten ist es ja schon lange irgendwie ersichtlich, dass es in den meisten Redaktionen einen Aufnahmestopp gibt, das heißt die werden tendenziell kleiner. Und nach jedem natürlichen Abgang bekommt dann halt irgendjemand einen Kompetenzbereich dazu. Und wie gesagt, der Online-Bereich wird in den meisten Redaktionen doch irgendwie größer, das saugt sozusagen personelle Kapazitäten ab und insofern ist es für Journalisten sicher ein Zukunftsjob. Aber inwieweit und wie das genau ausschaut, ob wir dann alle auch Video schneiden können müssen, und ob wir dann Hörbeiträge machen müssen, ob man sich da auch sozusagen auf ein Feld spezialisieren kann, weiß ich nicht.

Fall: B

I: Was ist Deine Motivation, ein Weblog zu schreiben?

P02: Wir sind ein 98% nachrichtiges Medium, und das ist einfach **intellektuelle Entspannung** weil ich so subjektiv **meinen „Senf" abgeben** kann. Sagen wir nicht ganz subjektiv. Da es ja doch ein Presse-Blog ist, muss ein bisschen ein wissenschaftlicher Hintergrund dabei sein – d.h. ich kann nicht einfach quer durch die Gegend schimpfen.

I: Der Blog steht ja auf der Presse Homepage, ist somit als Medien-Blog zu bezeichnen… Wie nahe steht der Blog dem Medium?

P02: Das heißt ich muss sowohl sprachlich, als auch inhaltlich auf einem „Presse"-konformen Level sein, was ja nicht bei allen Blogs der Fall ist, aber sonst…

I: Und ist das Thema, das du behandelst für dich Presse-konform?

P02: Ja, klar.

I: Hast Du es Dir selbst ausgesucht?

P02: Ja. Eigentlich ist es so, dass „etwas über Werbung machen und kritisch Werbungen beschimpfen" – wollte ich schon lange einmal machen. **Dann kam irgendwann einmal die Idee auf, machen wir doch irgendwann einmal Blogs. Und ich war dann gleich auch voll begeistert und meldete mich dafür.**

I: Hat es schon einmal redaktionelle Eingriffe gegeben?

P02: Natürlich nicht. Ich alleine habe Zugriff auf meinen Blog und sonst niemand. Es hat sich aber auch niemand beschwert. Es sind zwar einige Kollegen anderer Meinung über diese Natur, aber dass irgendwer sich da einmischen würde – zielt wahrscheinlich auf die nach oben ab – überhaupt nicht. Es ist wie bei der Presse selbst in den Kommentaren, **absolute redaktionelle Freiheit. Ich kann schreiben was mir gerade einfällt.**

I: Und führst Du das Weblog aufgrund des Berufs oder aus persönlichen Gründen?

P02: Das **Thema ist ein Privat-Steckenpferd von mir.** Ich mag Werbung. Und bis jetzt bin ich alleine damit…Und mit Werbepsychologie..und ich **bin überzeugter Cineast**, habe **auch schon einige Filmkritiken geschrieben**. Und da ja Werbespots kurze Filme sind, wenn sie gut sind. Es **interessiert mich beides**. Deshalb versuche ich das auch filmkritisch zu betrachten.

I: Ziehst du aus dem Bloggen auch Vor- oder Nachteile?

P02: **Es macht Spaß*** und **ich freue mich immer wenn mir irgendein Leser irgendwie antwortet** – völlig egal in welche Richtung. Wenn er z. B. schreibt: „Entschuldigen Sie Herr Werbeknecht, Sie sind ein Vollidiot…!“, ist das schön wenn dieser einen Grund dazu schreibt. Und wer freut sich nicht über Kommentare wie: „ja, wunderbar, danke, so gehört es sich!“

I: Welchen Stellenwert nimmt das Blog in Deinem Tagesablauf ein?

P02: Die **ersten 10 Minuten in der Früh, aber auch zwischendurch – wann es mir halt gerade einfällt**.

I: Du hast es zwar schon angesprochen, den Kontakt/ der Austausch mit den Lesern. Aber ich möchte nochmals darauf zurückkommen: Was genau ist Dir daran wichtig?

P02: **Wie gesagt der Blog ist noch sehr jung, d.h. es ist daher auch noch nicht wirklich viel Traffic zwischen den Lesern und mir da, soll aber in Zukunft hoffentlich in eine Forumsrichtung gehen. Also dass es geschieht, dass die Leute wirklich in meinem Blog streiten**. Also ich schreibe ja nicht nur, welche Spots ganz blöd sind, sondern lobe ja die genialen und **dass die Leute dann auch anderer Meinung sind und dass sie dass hoffentlich auch kundtun.** Denn ich habe im deutschsprachigen Raum noch kein seriöses Forum gefunden, in welchem Werbung einigermaßen niveauvoll behandelt werden würde.

I: Wodurch bzw. wie trittst Du mit Deinen Lesern in Kontakt?

P02: Über die Kommentarfunktion**. Wenn sich einmal irgendjemand registriert und seine email- Adresse übermittelt, würde ich auch gerne über email mit meinen Lesern in Kontakt treten**.

I: Entstehen auf deinem Blog wertvolle Diskussionen?

P02: Ich würde sagen noch nicht. Das mag rein quantitativ daran liegen, dass der Blog einfach noch nicht sonderlich bekannt ist. **Also ich habe bei weitem noch nicht die Leserzahl, die ich haben möchte**. Wie beim normalen redaktionellen Alltag haben wir permanent eine Statistik – so auch bei meinem Blog. **Daher habe ich Einsicht in die Leserzahlen und es sind am Tag etwa 500. Haben möchte ich etwa 7000 bis 8000 Stammleser täglich**.

I: Gibt es eine Mission, die Du als Blogger verfolgst?

P02: Ja, **Unterhaltung**. Manchmal passiert es der Werbung, dass sie einfach ganz großen Blödsinn von sich gibt. Und vielleicht das pseudo-hehres Ziel wäre den größten Blödsinn ans Tageslicht zu zerren. Ich habe dafür auch eine eigene Kategorie in meinem Blog entwickelt: Clips, die versehentlich das eigene Produkt beschimpfen bzw. Spots die nicht bis ganz zu Ende gedacht sind.

I: Welche Rolle spielt Deiner Meinung nach Qualität in österreichischen Weblogs von Journalisten?

P02: **Journalistische Qualität ist für mich die oberste Mission: „Nachricht rüberbringen**“. **Die zweite Ebene ist den Leuten zu erklären ‚was ist', und ‚warum ist das so' und ‚was steht dahinter' – das ist Qualität.** Rein nach den Kriterium „was ist passiert“ ist die Krone das beste Medium in Österreich, weil es sonst niemand schafft auf so wenig Platz das wichtigste unterzubringen. Wenn Qualität eine rein „fötonistische Hirnwichserei“ ist, ist das zwar schön und ich lese es gerne am Wochenende, aber ich würde mich in meinem Blog nie in besonders kreative Worteskapaden verwirren. Ich bin überhaupt der Meinung, dass die meisten Blogs die ich mir so angesehen habe, so wild für selbstbewusstseinslose –um nicht das Wort „Neird“ zu verwenden – Menschen sind.

I: Welche journalistischen Darstellungsformen entsprechen Blog- Beiträgen am ehesten?

P02: Natürlich der Kommentar.

I: Wie beurteilst Du die Leistungen von Journalisten im Vergleich zu nicht-journalistischen Bloggern? Lassen sich in Hinblick auf Qualität Unterschiede erkennen?

P02: Das kann ich nicht beurteilen. Ich meine, ich lese einige Blogs hin und wieder, also ohne System, also mehr themenbezogen. Dabei weiß ich aber nicht, ob das Journalisten sind, die diese Blogs schreiben. Wenn ich etwas lese ist es mir jedoch grundsätzlich egal wer das schreibt. Es scheint eine „journalistische Krankheit" von sehr vielen gedruckten Zeitungen zu sein, dass das wichtigste die Namenszeile ist, dann irgendwann einmal die Geschichte und irgendwann kommt dann einmal der Leser, der oft als der „ach so lästige Typ dort" abgetan wird.

I: Glaubst Du, dass speziell Journalisten aufgrund ihres Rollenselbstverständnisses Wert auf eine qualitative Berichterstattung legen?

P02: **Du meinst also: Sind journalistische Blogs besser, weil Journalisten gut schreiben können? Der Schluss würde nahe liegen**. Ich sehe, dass es in der Blogger-Szene hauptsächlich Nischen-Fachblogs gibt, bei welchen es einigermaßen egal ist wer diesen schreibt, weil es um Hochgeschwindigkeitsinformationen geht. **So reine Kommentarblogs wie meiner, da glaube ich schon dass hier Journalisten tendenziell geübter sind, da sie auch jeden Tag schreiben, demnach auch besser.**

I: Was ist für Dich ein qualitativ hochwertiges Blog?

P02: Das ist für mich **ein Blog, der natürlich die Leute unterhält und gerade anspricht**, aber das allerwichtigste die Geschmacksgrenze nicht unterschreitet. Es ist gerade aufgelegt gerade in einem Blog fürchterlich derbe Zoten zu reißen, aber das hat in einem einigermaßen niveauvollen Blog einfach nichts verloren.

I: Inwiefern ist Dir Qualität im eigenen Blog wichtig? Bzw. welche Maßnahmen zur Qualitätssicherung ergreifst Du konkret im Blog? Das heißt: Setzt Du Links zu Ursprungsquellen? Wie verhälst Du dich bei Interessenskonflikten?

P02: **Wenn ich beispielsweise Videos hineinstelle, nenne ich den Link**. Bei vielen der Videos ist der Link am Video auch selbst verzeichnet. Interessenskonflikte gibt es in meinem Blog eigentlich nicht.

I: In Hinblick auf einige journalistische Qualitätskriterien, kläre wie Du die Berichterstattung in Journalistenblogs in Hinblick auf die folgenden Qualitätskriterien beurteilst.

P02: **Ich lese Blogs zur Unterhaltung und nicht um sie kritisch zu hinterfragen**, demnach kann ich diese Frage eigentlich nicht beantworten.

I: Liest Du Weblogs von Nicht-Journalisten?

P02: Ja, allerdings weiß ich nicht wer diese Leute sind und ich muss sagen, dass mir das auch richtig egal ist.

I: Seit einiger Zeit kursieren im Netz Vorschläge für einen „Ethik-Kodex" von Bloggern für Blogger. Was hälst Du von dieser freiwilligen Selbstkontrolle?

P02: Leider kenne ich diesen Ethik-Kodex nicht. Wenn ich diesen einmal lesen würde, könnte ich etwas darüber sagen. **Apriori bin ich jedoch gegen jedwede Einschränkung***. **In Hinblick auf Onlinemedien glaube ich an eine automatische Selektion, man kann entscheiden was man liest und was nicht.**

I: Wenn ein Blogger, unabhängig davon ob dieser Journalist ist oder nicht gegen Vorschriften verstößt, was hälst du dann von Sanktionierungen gegen diese Person?

P02: **Ich denke die natürliche Sanktion wird sein, dass sollte dieser Blogger das öfter machen, wird er ohnehin nicht mehr gelesen werden.**

I: Zu welchem Zweck nutzt Du Weblogs anderer Personen? Und warum?

P02: **Ich nutze Weblogs hauptsächlich zur Unterhaltung**. Andererseits nutze ich **Fachblocks sehr wohl in der täglichen redaktionellen Arbeit zur Recherche**. Zur

Veröffentlichung von Inhalten nutze ich meinen eigenen Blog. **In anderen blogs wiederum kommentiere ich durchaus mit**. Es ist auch schon vorgekommen, dass **ich Ideen- und Themen online gefunden habe bzw. inspiriert wurde**. Zum Networking nutze ich keine Weblogs, sondern Foren.

I: Inwiefern verändert die enorme Dynamik der Blog-Kommunikation den journalistischen Alltag?

P02: **Ich merke das (Anm.: die Veränderungen des journalistischen Alltags) speziell weil ich hin und wieder Take-Artikel schreibe. Diese Take-Blogs** – wenngleich mit großer Vorsicht zu genießen – **sind unglaublich schnell. Für die redaktionelle Arbeit ist das super.**

I: Inwiefern profitieren Deiner Meinung nach Journalisten von Weblogs?

P02: Ja also **zur Recherche finde ich diese wahnsinnig gut**. Für manche auch um die ein oder andere **Idee zu klauen natürlich auch genial***. **Selbst zu schreiben würde glaube ich vielen Journalisten auch helfen. Dann müssten viele Journalisten – speziell in Qualitätsmedien - ihren Frust auf alles nicht in die Leitartikel verpflanzen oder auch nicht in die Nachrichten streuen, sondern man hätte ein Medium um einmal die „journalistische Sau" raus zu lassen.**

I: Wie profitierst Du persönlich von Deinem Blog?

P02: **Das wichtigste ist, ich hab Spaß dabei, ich kann mich austoben**. Es mag schon **vorkommen, dass mir auch Worteskapaden im Blog auskommen, aber das finde ich sehr lustig.**

I: Könnte man sagen, dass die Führung eines Blogs in irgendeiner Art und Weise für ihre hauptberufliche Tätigkeit von Nutzen ist?

P02: Ja, es bringt mir schon Vorteile, aber auf der Ebene des Schreibens. Man könnte sagen, ich habe einen intrazerebralen Gedankentransfer…die eine oder andere Spukattacke die ich im Blog loslasse. **Manche Worteskapaden, die ich im Blog von mir gebe, hebe ich mir**

dann für Berichte auch auf und verwende sie dann, wenn sie woanders gerade gut reinpassen.

I: Haben nationale Medienunternehmen im internationalen Vergleich Ihrer Meinung nach, Nachholbedarf in diesem Bereich?

P02: Ob es einen Bedarf gibt weiß ich nicht. Es gibt auf jeden Fall eine Marktlücke, aber ob in der Lücke ein Markt ist, kann ich nicht sagen. Ich bin der Meinung, dass in Österreich wenige Blogs gibt, allerdings weiß ich nicht ob es zu wenige sind, weil es bräuchte Themen. Der so und so vielte tagespolitische Blog ist auch irgendwann fad. Ganz ehrlich, was soll ein tagesinnenpolitischer Blog jetzt beim Standard anderes schreiben als bei uns oder irgendeiner anderer Zeitung.

I: Grenzt sich Deiner Meinung die österreichische Blogosphäre von der globalen Blogosphäre irgendwie ab?

P02: Generell ist das Community in Österreich sehr viel österreichischer als in Deutschland zum Beispiel. Das ist zwar eine rein geistige Empirie aber ich glaube wir haben in Österreich wesentlich mehr „Raunz-Blogs“ sowie auch wesentlich mehr „Suder-Foren“ und „Lammentier-Communities“ haben als irgendwo anders. Ich weiß nicht ob irgendwo anders als in Österreich Foren so sehr frequentiert sind wie hier. Unsere Volksseele spricht das ja an, überall und zu jedem seinen „Senf“ dazuzugeben.

I: Hast Du es schon einmal erlebt, dass Themen, die in der Blogosphäre aufgegriffen werden, den Weg in die klassischen Medien finden?

P02: Im Tech-Bereich ja, aber sonst nirgends.

I: Wie würdest Du den Einfluss, den Weblogs heutzutage auf Journalisten und ihre Medien haben, beschreiben?

P02: Ich glaube sehr viele Journalisten könnten verdammt gute Blogs schreiben. Es ist nur immer wieder die Waage schlägt zwischen dem persönlichen Hardcore-Narzißmus und der Faulheit hin und her. Es gibt eine Menge Potenzial das nicht genutzt wird, denn niemand zahlt

einen Blog.

I: Denkst Du, dass der Grund für das wachsende Interesse an Blogs, die Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien ist?

P02: Der Markt wächst und es geht um den Kampf zwischen den Online-Medien. Nachdem sehr viele Leute – das behaupte ich jetzt einfach mal ohne das irgendwie belegen zu können - von den Print- Medien umsteigen zu den Online-Medien weil es schneller und aktueller ist, beflutet das natürlich die Blogs auch.

I: Glaubst Du, dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die stetige, aber doch etwas langsamere Entwicklung von J-Blogs in Österreich hat?

P02: **Ja ich glaube schon, dass die österreichische Mediensituation die Blog-Situation beeinflusst.** Ich glaube, dass das Image, das die bekannten Medien in Österreich haben, natürlich – aus meiner Sicht Gott sei Dank –auf die Glaubwürdigkeitsdiskussion abfärbt.

I: Glaubst Du, dass die Themen die in den traditionellen Medien zu wenig Platz finden bzw. es keinen Platz für sie gibt oder sie ganz einfach nicht relevant für das Ursprungsmedium erscheinen, deshalb in Blogs aufgearbeitet werden?

P02: Dadurch, dass ich Online-Redakteur bin ist Platz ja kein knappes Gut, das ist ja das Schöne. Auch so würde ich die Frage mit „nein“ beantworten, denn ich kenne keine Tageszeitung die zu wenig Platz hat. Jede Zeitung hat ein gewisses Zielpublikum und was für dieses Zielpublikum wichtig ist, steht in der Zeitung. Dass die Presse von ihren etwa 40-50 Seiten 8 Seiten in der Wirtschaft hat und 2 in der Innenpolitik, das gehört so, das ist gut so. Ich glaube nicht dass Presse-Leser etwas anderes lesen wollen, sonst würden sie nicht die Presse lesen.

I: Weblogs werden oft als Gefahr für die klassischen Medien thematisiert. Wie denkst Du über diese Überlegungen?

P02: **Ja, das ist die grundsätzliche Web 2.0-Angst. Definitiv nein.** Es mag im Boulevard-Sektor so sein, dass das Publikum eher „einfachen Leuten“ glaubt, als bekannteren

Persönlichkeiten. **Ein Blog kann und soll nicht die Genialität der Analysen von bestimmten Medien ersetzen. Wenn es um schnelle, kurzlebige Information geht, oder um Infotainment geht, verdrängen Blogs die Zeitungen insofern nicht, da es das in Zeitungen ja gar nicht gibt*. Sie sind eher eine Gefahr für das Medium Fernsehen, weil Blogs „Mitmachfernsehen" sind und das ist gut so.**

I: In Hinblick auf das Phänomen „Weblog": Welche konkreten Erwartungen hast Du in Hinblick auf die Zukunft?

P02: Ich prognostiziere eine ähnliche Entwicklung wie bei den Computerspielen. Es werden die Unternehmen speziell die Werbebranche langsam die marktbeeinflussende Macht der Blogs entdecken. Ich gehe davon aus, dass es in naher Zukunft wesentlich mehr gefärbte Blogs geben, als es jetzt gefärbte Magazine gibt. Redaktionell versteckte Werbezettel wird es ganz wild in den Blogs geben.

Fall: C

I: Zur ersten Frage hätte ich gerne von Ihnen gewusst, warum führen Sie das Weblog? Warum schreiben Sie? Was sind Ihre Motivationen, ihre Intentionen dahinter?

P03: Die Geschichte hat ganz einfach ziemlich banal begonnen. **Der Kollege Novak – aus der Tageszeitungs-Chronik – hat die Idee gehabt, dass man einen „Stadtbild"- Blog machen könnte und hat dafür Mitautoren gesucht**. Und hat mich, da ich damit insofern Berührungspunkte habe, da ich bei uns im Spektrum die Architekturseite betreue – ich schreibe zwar nicht auf der Architekturseite, aber betreue sie redaktionell, ich betreue die Mitarbeiter, die für die Architektur arbeiten – und kenne dadurch einige Hintergrundgeschichten zu diesem Thema „Stadtbild" relativ gut von dieser Tätigkeit her. Da war es relativ nahe liegend dass er mich das fragt. Ich habe mich bis zu dem Zeitpunkt mit dem Thema offen gestanden – außer dass ich wusste, dass es das gibt – überhaupt nicht auseinander gesetzt. **Ich nehme solche Gelegenheiten gerne wahr um einen Bereich ernster kennen zu lernen, der mit fremd ist.** Und so habe ich mir gedacht: „Okay, machen wir mit!" So ist die Idee entstanden und ich begann mir dann eigentlich erst mit der Zeit zu überlegen, welche Möglichkeiten bietet mir diese Form der Publikation und vor allem welche ist interessant für mich. Was ist der Punkt, was will ich eigentlich damit tun, oder was ist das, was ich nicht ohnehin schreiben könnte, wenn ich wollte. **Und dann war natürlich mit der Zeit das Thema, dass man möglicherweise eine andere Nutzerschicht erreicht als mit einer Zeitung aus Papier**. Das ist noch einmal eine eigene Geschichte, aber das war für mich eigentlich gar nicht so sehr ausschlaggebend. Der **Punkt der mich daran zu interessieren begonnen hat war einfach, dass es eigentlich mit Ausnahme meiner eigenen Arbeitszeit keinen limitierenden Faktor des Themas gibt*. Dazu muss ich ganz kurz ausholen: In einer Zeitung auf Papier gibt es immer so zu sagen eine Hierarchie der Themen, muss es geben weil man sagt, das Thema ist wichtig genug, dass es in die Zeitung kommt, das ist nicht so wichtig, das geht sich leider nicht aus - ist eine lustige Idee, aber dafür haben wir nicht genug Platz.** Und diese Limitierung gibt es hier einfach nicht. **Also es haben plötzlich Themen eine Chance, die im weitesten Sinne in der Republik „Orchideenthema" angesiedelt sind, die aber durchaus Interesse finden können, die für Leute interessant sein können, wo es auch durchaus sinnvoll ist eine Öffentlichkeit her zu stellen, aber die im Alltag einer Zeitung eigentlich keine Chance hätten. Und das ist eigentlich der Bereich, der mich an dieser Form einfach interessiert.**

I: Wir wissen, dass der Blog dem Medium nahe steht, ich würde das jetzt einmal so empfinden. Ich möchte gerne wissen, wie nahe steht der Blog dem Medium?

P03: Das ist für mich eine schwierige Frage. Es ist für mich deshalb eine schwierige Frage, weil ich in einem Teil des Mediums tätig bin, das sich über viele Jahre – natürlich heute nicht mehr so wie früher – aber über viele Jahre nahezu als antagonistisch zum Hauptmedium definiert hat. In vieler Hinsicht – durchaus auch in politischer – in vieler Einschätzung von Themen, es kamen auch oft Leute bei uns zu Wort – oder sollten genau eigentlich zu Wort kommen, das war auch durchaus Teil des Konzepts – die nicht auf Blattlinie sind. Also wo es einfach komplett andere Einschätzungen gibt und die sonst in der Zeitung nicht vertreten gewesen wären. Zum Großteil auch freie Mitarbeiter, Autoren, Schriftsteller, (…) Wissenschaftler. Also diese offene Tribüne nach außen. Und die hat in mir und ich glaube das gilt für alle Mitarbeiter hier im Spektrum – es gibt eine hohe Identifikation mit dem Medium Spektrum, es gibt eine hohe Identifikation mit dem Muttermedium Die Presse - aber es ist für uns das Thema hier keiner Linie oder einer Haltung, darüber zerbreche ich mir überhaupt nicht den Kopf. Es ist für mich kein Thema. Es ist auch wirklich der absolute Luxus, dass die Redakteure, die hier arbeiten, da gibt's möglicherweise Liniendiskussionen aber man kann doch in jedem Fall publizieren. Es hat mir noch nie - auch in Zeiten wo es von der Chefredaktion etwas anders gestaltet wurde – ist ja wesentlich liberaler heute – aber auch in den Zeiten, wo es etwas strenger hergegangen ist, hat mir in meinen Texten, die auch zum Teil absolut gegen die Blattlinie gingen, hat mir nie jemand etwas dreingeredet.

I: Aber gibt es am Weblog eigentlich redaktionelle Eingriffe?

P03: Nein. Aber ich kenne das so zu sagen gar nicht, ich denke darüber überhaupt nicht nach.

I: Ja, ich denke auch dass es ein großer Unterschied ist, ob man mit neuen Technologien, mit neuen Medien aufgewachsen ist – das bin ja nicht einmal ich in dem Ausmaß wie das jetzt Jugendliche und Kinder heute sind bzw. tun – aber ich kann mir schon vorstellen, dass man dann auch darüber gar nicht nachdenken muss, in dem Fall. Führen Sie das Weblog jetzt aufgrund des Berufs oder aus privaten Gründen?

P03: Das ist immer ganz, ganz schwierig. Der Beruf des Journalisten, ist einfach ein Beruf, der um null Uhr beginnt und um 24 Uhr endet. Ich kann das in Wahrheit nicht trennen. Natürlich fließen jederzeit jede Menge private Erfahrungen in meinen Beruf ein, ich lege so zu sagen auch allergrößten Wert darauf. Und genauso gibt es eine Wechselwirkung in die

Gegenrichtung, das ist überhaupt keine Frage – von meinem Beruf auf mein Privatleben – das kann ich beim besten Willen nicht trennen.

I: Also bedeutet das, dass sie innerhalb wie auch außerhalb der Arbeitszeit bloggen?

P03: Das mache ich schon alleine aus technischen Gründen und weil es mir lieber ist, am Arbeitsplatz. Zu Hause mache ich es definitiv nicht, aber das sind auch schon Zeiten, die unkonventionell wären. Ich wüsste jetzt nicht einmal welche theoretische Anzahl von Arbeitsstunden wir machen müssten, also das hat mich nie beschäftigt. Wenn ich mit einer Geschichte fertig bin, dann bin ich fertig. Also wenn ich etwas machen will, dann mach ich es und wenn das länger dauert, dann dauert es halt länger.

I: Werden sie vom Medium fürs Bloggen entlohnt?

P03: Nein, überhaupt nicht.

I: Haben Sie mit dem Weblog bereits negative Erfahrungen gemacht?

P03: Nein, es gibt bis jetzt ja noch nicht allzu viele Reaktionen, weil da auch die Informationspolitik seitens der Online-Presse noch etwas zurückhaltend ist. Das liegt auch daran, dass es noch nicht wirklich in Bewegung gekommen ist. Auch von unserer Seite her, herrscht (?). Es gäbe theoretisch 5 Autoren für das Stadtbild, der einzige der bisher etwas geschrieben hat war ich. Ich bin da auch ein bisschen… es ist ein bisschen schwierig für mich… ich komme auch nicht immer dazu…Jetzt hab' ich den Faden verloren, wo waren wir?

I: Wir waren jetzt eigentlich bei den negativen Erfahrungen…

P03: Aja, deshalb gibt es auch noch nicht so viele Reaktionen und die Reaktionen waren in der Bandbreite dessen, was man Diskussion nennt.

I: Daraus ergibt sich auch die Frage: Wie wichtig ist Ihnen der Kontakt und Austausch mit Ihren Lesern? Und was ist ihnen daran wichtig?

P03: Das ist natürlich bei so einer Form auch einer der Punkte, der natürlich für mich wiederum sehr spannend ist. Ist gut, dass sie mich darauf ansprechen, weil das ist ja etwas, womit man in der Tageszeitung sehr oft zu kämpfen hat, dass es eigentlich in Wahrheit sehr

wenig Vergleichsmöglichkeiten hat. Wenn man die Leserbriefseiten anschaut, dann denkt man sich, na da kommen ja Waschkörbeweise die Briefe– das stimmt nicht. Daher wir schreiben tendenziell relativ stark ins Nirvana. Wir wissen eigentlich nicht, wie das ankommt. Nur bei sehr speziellen Themen, wo es dann plötzlich – auf oft einen sehr überraschenden Aufschrei gibt – da gibt es dann plötzlich Reaktionen, tendenziell gibt es aber relativ wenige Reaktionen. **Und das ist auch ein Punkt der mich interessiert und den ich spannend bei dieser Form finde, dass sie eigentlich sehr stark auf den Diskurs setzt die Form und solange dieser sich auf einem Niveau entwickelt, der ein wenig jenseits dessen ist, was man so in Online-Foren oder ähnlichen Dingen ließt, dann ist mir das hoch willkommen.**

I: Gibt es eine Mission, die sie als Blogger verfolgen?

P03: Nein.

I: Dann kommen wir jetzt zu dem Thema der Qualität und Ethik in Weblogs. Da geht es jetzt einmal hauptsächlich um Weblogs anderer Journalisten in Österreich allgemein. Wie würden sie das sehen, welche Rolle spielt ihrer Meinung nach Qualität in österreichischen Weblogs, speziell für Journalisten?

P03: Das kann ich nicht sagen.

I: Was ist für Sie ein qualitativ hochwertiges Blog? Haben sie da eine Vorstellung darüber, was das ausmachen könnte?

P03: **Ich kann nur versuchen, dass zu beschreiben, was meine eigenen Grundsätze sind. Die differieren in Wahrheit nicht sehr stark von dem was sich sonst beim Schreiben tut.** Ich bin kein großer Freund vom schnellen „Hinrotzen“ von irgendwelchen Dingen. **Das heißt es müssen die Dinge eingehalten werden, die auch in der journalistischen Arbeit eingehalten werden.**

I: Das heißt, journalistische Handlungsweisen haben bei Ihnen auch bei der Arbeit auf dem Weblog hohe Priorität?

P03: **Unbedingt (Anm.: haben journalistische Handlungsweisen auch am Weblog Priorität)!* Das beginnt mit dem Thema Recherche**. Das beginnt natürlich mit dem Thema sprachliche Qualität der Verarbeitung**. Was vielleicht etwas anders ist, ist **dass die Form meinem Gefühl nach noch kürzer und schneller sein soll, als es bei gedruckten**

Versionen möglich und der Fall ist. Und dass man vielleicht auch einmal **eine Sache etwas „flapsiger“ und lustiger anreißen kann, als ich das üblicherweise in einer gedruckten Version machen würde**. Aber die Basis muss trotzdem stimmen.

I: Und Ihre Kriterien für die Themenauswahl am Blog?

P03: Dadurch **dass es von vornherein schon einmal ein Themen-Blog ist, sind die Themen limitiert und die Kriterien sind innerhalb dessen alles was mich interessiert und was mir auffällt.**

I: Wie verhalten Sie sich bei Interessenskonflikten?

P03: Gab es bisher noch keine.

I: Stellen Sie sich vor, sie entdecken nach der Veröffentlichung eines Eintrags einen Fehler. Würden Sie diesen beheben und danach offen legen, dass dieser korrigiert wurde?

P03: **Das würde ich unter allen Umständen natürlich tun (Anm.: einen Fehler am Blog beheben und offen legen, dass dieser korrigiert wurde).**

I: Wie würden Sie sich bei fragwürdigen Quellen verhalten, also wenn sie eine Quelle haben, die beispielsweise auf einem Gerücht beruht. Wie würden Sie sich dabei verhalten?

P03: **Nur etwas gerüchteweise gehört zu haben, wäre mir ganz bestimmt zu wenig. Dann muss man eben querschauen, dass man eine gewisse Sicherheit bekommen kann, dass man Informationen noch von anderen Personen dazu bekommt**. Eigentlich so wie ich das auch bei allen anderen Sachen journalistisch machen würde.

I: Also dann kann man sagen, dass wie sie eigentlich auch schon erwähnt haben, Sorgfalt und Wahrhaftigkeit, sind für sie Themen?

P03: **Unbedingt (Anm.: Sorgfalt und Wahrhaftigkeit sind Themen).**

I: Menschenwürde und Persönlichkeitsrechte?

P03: **Ebenfalls (Anm.: Menschenwürde und Persönlichkeitsrechte).**

I: Sicherheit vor Schnelligkeit, auch wenn das Blog Schnelligkeit bietet?

P03: **Ja, auch (Anm.: Sicherheit vor Schnelligkeit).**

I: Recherche?

P03: **Auch (Anm.: Recherche)**

I: Werden Fakten und Meinungen getrennt?

P03: **Nein (Anm.: Fakten und Meinungen werden nicht getrennt).**

I: Inwiefern wird auch in Weblogs von Nicht-Journalisten ihrer Meinung nach auf Qualität Wert gelegt?

P03: Das ist eine gute Frage. Das kann ich schwer beurteilen. Also wenn ich in die Situation aus den beschriebenen Gründen über etwas gestolpert bin…**für mich hat die Information, die da irgendwo im Netz verbreitet wird, grundsätzlich nur dann einen Sinn wenn sie halbwegs verlässlich ist.** Wenn ich das Gefühl habe, da begibt man sich auf sehr „harglichen" Boden, dann wäre das für mich als Nutzer völlig uninteressant.

I: Zu ethischen Grundprinzipien: Seit einiger Zeit kursieren im Netz Vorschläge für einen „Ethik-Kodex" von Bloggern für Blogger. Was halten sie von dieser freiwilligen Selbstkontrolle?

P03: Das ist so eine Geschichte, das erinnert mich verdammt an den Presserat, den man immer dann bemerkt hat, wenn gerade eine wieder größere Katastrophe passiert ist. Und genau die Kriterien für die als Standard nicht eingehalten wurden. Ich bin sehr im Zweifel. **Weil ich meine die Menschen, die sich an so etwas halten wollten, die tun es ja sowieso und die anderen werden wir vermutlich nicht bekehren können.**

I: In Hinblick darauf, was halten Sie dann von Sanktionierungen, wenn ein Blogger gegen Vorschriften verstößt?

P03: Wenn in einem Blog **strafrechtlich relevante Dinge stehen, dann ist das ohnehin eine Frage der Gerichte** und dann meine ich wäre das ein Punkt dass man…**aber ich weiß nicht ob ein Ausschluss aus der Blogosphäre der richtige Weg ist – dann ist es einfach eine**

Sache der Justiz, dann ist es einfach notwendig, Anzeige zu erstatten, das ist keine Frage. Der Klassiker wären irgendwelche Dinge - Verstöße gegen das Verbotsgesetz. Ein ganz einfacher Fall, das ist anzeigenpflichtig.

I: Ist es für Sie schwerwiegender wenn das ein Journalist tut oder sagen wir ein „normaler" Blogger?

P03: **Ich glaube das Strafrecht unterscheidet nicht zwischen Journalisten und Nicht-Journalisten und das ist auch richtig so. Ich meine es würde mehr verwundern von einem Journalisten, da er eigentlich von Berufswegen ein geschärfteres Bewusstsein dafür haben sollte. Aber die Konsequenzen, die daraus zu ziehen sind, müssten identisch sein.**

I: Sind Weblogs in Österreich bereits Quelle und Mittel journalistischer Berichterstattung geworden und wenn ja, in welchem Umfang? Jetzt haben wir vorhin gehört, sie benutzen fremde Weblogs eigentlich kaum. Zu welchem Zweck nutzen Sie Weblogs anderer Personen?

P03: Nein, ich recherchiere nicht in fremden Weblogs. Wie gesagt…eigentlich nicht.

I: Inwiefern verändert die enorme Dynamik der Blog-Kommunikation den journalistischen Alltag?

P03: Das kann ich nicht beurteilen.

I: Glauben Sie, dass Journalisten von Weblogs profitieren können?

P03: Das glaube ich in jedem Fall. Ein zentraler Punkt, den wir schon angesprochen haben ist der, dass die **Nähe zwischen Nutzer und Autor größer ist und man wesentlicher unmittelbarer erfährt welche Reaktionen es gibt**. Das halte ich für meinen Beruf nahezu für essentiell und sehr wichtig – es ist eine sehr spannende Erfahrung in diesem Bereich auf alle Fälle. Und das zweite ist **eigentlich meine Hauptmotivation, dass man einen kritischen Blick für Themen schafft, die sonst eigentlich untergehen würden.**

I: Zuletzt wollen wir auf das Verhältnis zwischen der österreichischen Blogosphäre und traditionellen Medien eingehen: Haben nationale Medienunternehmen im internationalen Vergleich Ihrer Meinung nach, Nachholbedarf in diesem Bereich?

P03: **Ich glaub' die nationalen Medien haben in dem gesamten Online-Bereich massiven Nachholbedarf. Egal von welchem Segment wir reden, hinken wir z.B. auch der Situation in Deutschland hinterher.**

I: Könnten Sie dazu ein Beispiel geben?

P03: Ich kann das weniger für die Blogger-Szene beurteilen. **Wenn bei uns irgendeine Idee aufgegriffen wird, dann sind die wirklich guten Online-Medien in Deutschland – und da ist vor allem Spiegel für mich maßgebend – und wir diese Idee irgendwann einmal entwickelt haben, dann sind die schon längst wieder ganz wo anders. Das ist ein Hase-Igel-Syndrom, wobei sie in dem Fall wirklich schneller und weiter sind.** Sie haben natürlich früher begonnen. Das merken wir ja auch hier in der Presse jetzt allmählich, was Zeit in Relation zum Online-Auftritt vom Standard bedeutet. Die sind einfach um einiges weiter, wir uns in den letzten Jahren allmählich zu einem halbwegs ernst zu nehmenden Netz-Auftritt durchringen haben können. **Und diese Zeit holt man einfach nicht so rasch auf. Die ganze Online-Geschichte ist in Österreich kurioser Weise – ich weiß auch nicht warum – lange Zeit verschlafen worden.** Obwohl der Standard da relativ früh kapiert hat, wohin die Post geht.

I: Haben Sie es schon einmal erlebt, dass Themen, die in der Blogosphäre aufgegriffen werden, den Weg in die klassischen Medien finden?

P03: **Es gab – das habe ich allerdings nur am Rande verfolgt – im Zusammenhang mit der österreichischen Nationalratswahl gab es Blogs, die dann tatsächlich passagenweise in die Zeitung kamen und in der gedruckten Zeitung reflektiert wurden.**

I: Wie würden Sie den Einfluss, den Weblogs heutzutage auf Journalisten und ihre Medien haben, beschreiben? Denken Sie, z.B. dass der Grund für das wachsende Interesse an Blogs, die Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien ist?

P03: Das glaube ich nicht einmal so sehr. Ich glaube eher – und das ist der Punkt den ich sehr spannend finde - es ist eine zusätzliche Tribüne, die, völlig egal welche Diskussion wir jetzt über die Bedeutung vom Internet über die Zukunft abgeben können, die auf alle Fälle einmal interessant ist und da bin finde ich es wichtig, dass man neugierig genug ist, sich das anzuschauen. Da überlege ich mir noch gar nicht, was in 10 oder 5 Jahren passiert. **Ich glaube nicht, dass aus einer Unzufriedenheit der Leser mit einer gedruckten Zeitung,**

die Blogs beginnen zu florieren*. Ich glaube eher, es ist einfach ein zusätzliches Angebot. Und dieses zusätzliche Angebot muss genutzt werden sinnvoller Weise.

I: Weblogs werden oft als Gefahr für die klassischen Medien thematisiert. Wie denken Sie über diese Überlegungen?

P03: Na ja, das sind diese ewigen Geschichten…das Kino bringt das Theater um – irgendwann vor 100 Jahren - das Radio bringt wieder alles andere um und das Fernsehen das Radio und jetzt ist es das Internet, das alles andere umbringt. In Wahrheit stellt sich dann heraus, natürlich bleiben die Dinge nicht so wie sie sind und die Verhältnisse verändern sich. Und das Fernsehen hat unseren Alltag verändert, genauso wie das Internet unseren Alltag nach wie vor verändert. So hat die Mediennutzung die Form wie wir Nachrichten reflektieren und wir zu Nachrichten kommen nachdrücklich verändert. **Aber es gibt in der Geschichte meines Wissens nach kein einziges Beispiel wo ein Medium verschwunden wäre*. Es interessiert mich an einer neuen Entwicklung nie die Gefahr, die es für das Alte darstellt sondern die Chance, dass es etwas Neues ist.** Aber diese „Sonnenuntergang des Abendlandes-Philosophie"…

I: Welche konkreten Erwartungen haben Sie in Hinblick auf die Zukunft?

P03: Es ist noch etwas zu früh, um das einschätzen zu können. **Aber ich denke mir schon, dass das eine Sache ist die in einem bestimmten Segment eine ganz manifeste Chance hat, keine Frage. Die eine bestimmte Aufgabe erfüllen kann, die dadurch dass sie tendenziell grundsätzlich einmal sehr viel stärker personalisiert ist als das in einem allgemeinen Zeitungsbeitrag der Fall ist, auch andere Bedürfnisse abdeckt, andere Wünsche anspricht und ihren Zweck erfüllen wird.**

Fall: D

I: Was sind Ihre Motivationen/ Intentionen für die Führung Ihres Weblogs?

P04: In erster Linie **wollen wir für unsere Leser Hintergrundinformationen liefern, was im Redaktionsalltag passiert und was man aber nicht in der Zeitung schreiben kann**. **Inzwischen hat es sich ausgeweitet auch auf andere Themen**, einfach weil wir zu lange Pausen dazwischen hatten.

I: Bloggen Sie innerhalb oder außerhalb der Arbeitszeit?

P04: Momentan ist es so, dass ich weder Blogs lese noch genug Zeit finde um in meinem genug zu schreiben. Der Blog bringt mir auch keine finanziellen Vorteile.

I: Haben Sie bereits negative Erfahrungen mit dem Bloggen gemacht?

P04: Eigentlich habe ich bisher nur positive Erfahrungen durch den Blog gemacht.

I: Wie wichtig ist Ihnen der Kontakt mit Ihren Lesern?

P04: **Mir persönlich ist der Kontakt sehr wichtig.** Es ist auch schon vorgekommen, dass man mit Beschimpfungen umgehen muss, dann ist der Kontakt natürlich eher unangenehm, denn auf die kann man verzichten.

I: Wodurch treten Sie mit Ihren Lesern in Kontakt?

P04: Durch **E-Mail weil wir bei den Einträgen immer die email- Adresse dazuschreiben und bei umstrittenen Themen wie der EU oder ethischen Fragen melden sich die Leser dann schon und ich schreibe ihnen dann schon zurück. Dieser Austausch per email geht dann schon öfter hin und her, was ich sehr interessant finde.** Auf den Blog bekommen wir eigentlich fast ausschließlich mündliche Reaktionen. Kommentare verfasst da fast niemand, wenn dann schreiben die Leute persönliche Mails.

I: Könnte man sagen, dass Sie als Blogger eine Mission verfolgen?

P04: Nein.

I: Welche Rolle spielt Ihrer Meinung nach Qualität in Weblogs, speziell bei Journalisten?

P04: Es kommt immer darauf an wie man selbst Qualität definiert. **Ich finde ein Weblog muss kurzweilig sein*, nicht alle substanziellen Sachen werden wie in der Tageszeitung dort eingehalten**. **Es sind also andere Qualitätskriterien, die im Blog von Bedeutung sind**. Kurzheit, Knappheit***, Schnelligkeit ist hier wichtig****. Tiefgründiges kann man hier weniger verarbeiten, dafür ist die Zeitung besser geeignet.*** Gut ist, dass der **Blog Platz bietet, den die Zeitung ja nicht bietet.**

I: Welche journalistischen Darstellungsformen entsprechen Blog-Beiträgen am ehesten?

P04: Ich finde ein Blog ist eher so ein „Seitenblicke"-Medium, ist also für keine Beobachtungen und Anektotisches geeignet. Für „Hardcore"-Nachrichten verwenden wir es im Allgemeinen nicht, weil die stehen in der Zeitung. **Also ich würde sagen, es ist eher so ein Nebenstrom, so wie eine Anmerkung in einem Buch. Das würde ich sagen ist die Funktion.**

I: Lesen Sie Blogs von Nicht-Journalisten?

P04: Früher hab ich mal den Peter Pilz gelesen, denn er hat einen starken politischen Blog geschrieben, welcher Hintergrundinformationen geliefert hat, aber ich muss gestehen dass ich derzeit nicht dazu komme um da einige Blogs durchzuwühlen, obwohl es wahrscheinlich etwas bringen würde.

I: Glauben Sie, dass Journalisten durch ihr Rollenselbstverständnis mehr Wert auf Qualität legen, also Menschen die aus anderen Gründen bloggen bzw. als Nicht-Journalisten?

P04: **Ich glaube, dass jeder Wert auf Qualität legt, es fällt uns als Journalisten wahrscheinlich durch unsere Routine leichter zu schreiben.**

I: Wie würden Sie ein qualitativ hochwertiges Blog beschreiben? Was zeichnet dieses aus?

P04: Hier ist es ganz schwer eine Antwort zu geben. Ich meine, der Peter Pilz z.B. ein ganz anderes Blog hat als beispielsweise ein Komiker. Grillo hat in Italien zum Beispiel durch seinen Blog Politik gemacht und war sehr erfolgreich. Er hat wirklich damit Politik beeinflusst. Blogs, die beispielsweise eine Tagebuchfunktion haben, wo Menschen ihre Erfahrungen miteinander teilen das kann auch sehr gut sein. Auch die Jelinek, die ihre Romane in den Blog stellt…man muss sich immer fragen: „Was ist Qualität?“ **Qualität ist einfach wenn Form und Inhalt zusammenpassen bzw. einander gerecht werden.** Das kann in verschiedensten Formen passieren. Die Frage ist zu allgemein, würde ich sagen.

I: Gut, dann frage ich Sie genauer. Was sind die wichtigsten Quellen Ihrer Blog-Einträge?

P04: Die wichtigsten Quellen sind unmittelbare Erfahrungen.

I: Gibt es Kriterien für die Themenauswahl am Blog?

P04: **Mein Kriterium ist das was den Leser interessiert. Da gehe ich voll und ganz auf meine Leser ein.**

I: Setzen sie Links beim Online-Quellen und Offline-Quellen?

P04: **Ich verwende sie zwar nicht immer, aber wenn ich Online-Quellen verwende setze ich schon Links darauf. Auch bei Offline-Quellen hab ich das schon gemacht.**

I: Wie gehen Sie mit Interessenskonflikten um?

P04: Hier gelten die gleichen Kriterien. Ein Blog ist mehr an der Grenze, man kann Dinge schreiben, die man in der Tageszeitung nicht schreiben kann. Z. B. in Bezug auf Politiker, man kann über Hintergrundgeschichten berichten, allerdings muss man sich da auf seine Intuition verlassen, ob man dies und jenes im Blog schreiben kann.

I: Welche der folgenden Qualitätskriterien sind Ihnen am Blog wichtig?

P04: **Unabhängigkeit*, Sorgfalt und Wahrhaftigkeit**, Menschenwürde, Persönlichkeitsrechte, Informantenschutz*** und Gewichtung der Themenauswahl:**

Hier gilt für mich am Blog das gleiche wie in der Zeitung. Ich repräsentiere ja auch das Medium durch den Blog. Wenn ich privat schreibe ist es was anderes. Recherche ist ein großes Wort für so ein „Blögchen“. Recherche kommt hier eigentlich nicht vor. **Sicherheit vor Schnelligkeit ja, es ist ja kein schneller Blog, den wir machen.**

I: Welche Rolle spielen für Sie ethische Prinzipien in Journalisten-Weblogs?

P04: **Dieselbe Rolle wie auch im Ursprungsmedium (Anm.: spielen ethische Prinzipien).**

I: Es kursieren seit einiger Zeit Vorschläge für einen „Ethik-Kodex“ von Bloggern für Blogger. Was halten Sie von dieser freiwilligen Selbstkontrolle?

P04: Ich kann mir eigentlich nichts darunter vorstellen. **Ich finde auch, dass man das nicht kontrollieren kann. Die freiwillige Selbstkontrolle kann nur durch den einzelnen stattfinden.**

I: Das heißt, Sie sind also eher dafür, dass wenn ein Blogger gegen die Vorschriften verstößt, z.B. wissentlich falsche Informationen veröffentlicht, dass Sanktionierungen wie der Ausschluss aus der Blogosphäre oder die Meldung des Blogs nicht geltend gemacht werden sollen?

P04: **Ich denke, dass es jetzt eigentlich noch kein Problem ist. Sollte es aber eines werden würde ich diese Sanktionierungen schon begrüßen. Ich sehe das Problem – das gleiche eigentlich – bei der Zeitung, ich meine es gibt keinen Ethik-Rat mehr, der aber wichtig wäre.** Sie haben eigentlich – glaube ich - freie Wildbahn, man denke nur an Amstetten. Wenn ich daran denke, was in diesem Fall alles zu lesen war in den Zeitungen, wobei das zwar alles verboten war. Das ist schon ein Problem.

I: Weil Sie auf den Peter Pilz eingegangen sind: Glauben Sie dass in Weblogs von Nicht-Journalisten auch auf Qualität eingegangen wird?

P04: Ja sicher, Pilz macht ja auch Politik damit. Er setzt das ganz gezielt ein, das ist völlig legitim, und er bringt auch einen hohen Anspruch hinein. **Deshalb finde ich schon, dass auch in solchen Weblogs (Anm.: von Nicht-Journalisten) auf Qualität Wert gelegt wird.**

I: Zu welchen Zwecken nutzen Sie Weblogs von anderen Personen?

P04: Im Moment nutze ich andere Weblogs eigentlich gar nicht. Ich schaffe es nicht ständig mich damit auseinander zu setzen. Ich recherchiere auch nicht in anderen Blogs. Ich suche auch nicht nach Ideen oder Themen in anderen Blogs. Dafür nutze ich sie derzeit einfach zu selten. **Bei Peter Pilz habe ich den Blog auch aus Spaß an der Sache gelesen oder genutzt.**

I: Würden Sie behaupten dass Weblogs zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit geworden sind?

P04: **Für mich kann ich das ausschließen (Anm.: dass Weblog zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit geworden sind). Vielleicht ist das bei anderen Journalisten anders.**

I: Merken Sie, dass die enorme Dynamik der Blog-Kommunikation den journalistischen Alltag beeinflusst oder verändert?

P04: **Das Internet und die Suchmaschinen…würde ich sofort mit ja beantworten. Aber bei Blogs da wüsste ich eigentlich nicht wie.** Mir fehlt es da auch an Beispielen. Sonst wenn man auf Blogs stößt ist auch oft nicht so viel Relevantes drinnen.

I: Inwiefern profitieren Sie persönlich vom Bloggen?

P04: Derzeit nicht, weil ich sie nicht nutze. Das gebe ich zu, ich mach es zu selten.

I: Haben nationale Medienunternehmen im internationalen Vergleich für Sie Nachholbedarf in diesem Blogging-Bereich?

P04: Also ich kenne das nur von einer Medientagung ...Und das glaub‘ ich ist schon gut für eine Zeitung wenn das diese Dimensionen annimmt. **Insofern würde ich das mit ja beantworten. Es gibt in Österreich diese Größenordnung nicht, diese Mengen.**

I: Haben Sie es schon einmal erlebt, dass ein Thema, das in einem Blog veröffentlicht wurde, Eingang in die Berichterstattung der traditionellen Medien findet?

P04: Dazu fällt mir nichts ein. Da habe ich zu wenig wissenschaftlichen Bezug zu dem Thema.

I: Glauben Sie, dass das wachsende Interesse an Blogs mit einer Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien einher geht?

P04: **Nein, ich glaube es ist eher umgekehrt.** Wie gesagt es ist doch so, das Klatschgesellschaft heute, dass sich viele Leute sich für Klatsch interessieren oder für Seitenblicke und den Dominik Heinzl. Es ist doch eine Zeit der Geschwätzigkeit diese gesamte Blogosphäre, die Chats und so. Belanglosigkeit oder einfach dass man irgendwie miteinander kommuniziert. **Das kann eine Zeitung in dieser Form nicht befriedigen und deswegen würde ich sagen, das Wachsen dieser Sphäre das kann zum Problem der Zeitung werden, denn wenn man das gewöhnt ist und je mehr das um sich greift, umso schwieriger wird es eine Zeitung haben.** Weil da Stoff drinnen ist, der schwieriger verdaulich ist. Das zwingt die Zeitung immer leichter zu werden, noch mehr Leute-Themen drinnen, noch mehr Klatsch. **Ich glaub einfach, dass es eher umgekehrt ist, nicht dass die Zeitung die Leute vertreibt, sondern dass sich die Leute immer mehr etwas anderes von der Zeitung erwarten werden.**

I: Weblogs werden oft als Gefahr für den Journalismus dargestellt. Was denken Sie darüber?

P04: **Das denke ich überhaupt nicht, weil ich glaube je größer der „Wust" von Angeboten im Netz wird, umso größer wird das Bedürfnis nach Orientierung, nach aussortierter, kontakter Informationen auf die man sich verlassen kann. Das heißt also Marken, von denen der Leser oder Konsument glaubt, die bieten mir verlässlich was wichtig ist und die haben die Vorsortierung schon gemacht und je größer dieses „Mehr" wird, umso unübersichtlicher wird es. Deshalb muss jemand diese Arbeit leisten, ein traditioneller „Trichter" zu sein, das sind Zeitungen und andere traditionelle Medien.** Ich weiß, noch vor drei Jahren hat es geheißen, die Leserreporter würden die Journalisten ablösen, sie werden nicht mehr wichtig sein. **Je mehr das kommt, dieses Bürgerelement, umso wichtiger werden die Journalisten, weil sie die Bewertung vornehmen müssen, was**

kommt in die Zeitung usw. Und die Leute haben auch immer weniger Zeit und je weniger Zeit sie haben umso mehr brauchen sie die Informationen vorsortiert.

I: Haben sie in Hinblick auf das Weblog-Phänomen irgendwelche konkreten Erwartungen oder Wünsche für die Zukunft?

P04: **Ich hoffe und ich glaube, dass das eine unglaubliche Bedeutung haben kann in totalitären Staaten. Also für Demokratie kann es sehr wichtig sein und werden. Also in einem Land wie China wo einfach die Presse nicht wiedergibt oder wiedergeben kann was Tatsache ist. Dort kann das glaub ich hilfreich sein.** Beispielsweise dieses OhMyNews hat wahnsinnigen Erfolg, mit glaub ich 44.000 Leuten, die sich als Journalisten verstehen, jedoch keine sind. Ich kenne jemanden, der versucht so etwas in Deutschland hochzuziehen. Ich bezweifle aber, dass das funktionieren wird, da das so transparent ist und die Medien eh da sind und der Bedarf nach so etwas Improvisiertem wahrscheinlich nicht da ist. **Aber ich denke wie in Gebieten wie dem Irak da wäre es sehr wichtig. So etwas kostet nichts, man braucht kein Papier und keine Druckerei und kann miteinander kommunizieren auf einer sehr informellen Ebene.** Außer dass es lustig ist. Es hat mich beschäftigt, weil das Verhalten von Lesern völlig offen gelegt wird, das schon.

Fall: E

I: Was ist in erster Linie Deine Motivation, Deine Intention ein Weblog zu schreiben?

P05: **Angefangen habe ich, indem ich einen Haufen E-Mails geschickt habe an einen großen Medienmacher in Österreich und die scheinen halt allen ….wie man als Medienkonzern das Web nutzen soll. Und dann habe ich mir gedacht, ich schicke die E-Mails, die ich ihm schicke an alle auf der ganzen Welt, das sollen alle lesen. Das war das eine.* Und das zweite ist, dass ich nie wirklich den Platz gehabt habe, den ich gebraucht hätte, weil das Thema so ein wichtiges ist über das ich schreibe – behaupte ich jetzt einmal – es gibt auch Leute, die andere wichtige Themen haben, aber in der Zeitung hat man einen eingeschränkten Platz für Technikinhalte.**

I: Hat das Blog für Dich auch einen Networking-Faktor?

P05: **Ja sicher (Anm.: Networking-Faktor).* Außerdem kann ich schreiben über was ich will, wann ich will, ich bin da komplett frei.**

I: Das heißt, bei Dir gibt es keine redaktionellen Eingriffe?

P05: Nein, wer soll da eingreifen?

I: Ich meine, da Dein Blog kein klassischer Medienblog ist, wird es keine redaktionellen Eingriffe geben, oder?

P05: Nein. Mein Blog behandelt auch Medienthemen, wohin sie gehen wohin sie sich bewegen sollen, was wichtig ist für einen Medienkonzern.

I: Führst Du das Blog aufgrund des Berufs oder aus privaten Gründen?

P05: Ja, das kann man schwer trennen bei Journalisten. **Weil entweder hast du ein – wie sagt man denn – Bedürfnis deine Meinung zu sagen und dann Inhalte „raus zu tun“ oder nicht und ich habe dieses Bedürfnis.**

I: Hast du eine bestimmte Zeit wann du bloggst?

P05: **Wenn ich Zeit habe (Anm.: blogge ich).** Nein, das mache ich nicht innerhalb der Arbeitszeit, sondern dann wenn ich nicht da herinnen bin, außerhalb meiner eigentlichen Arbeitszeit und das zeigt halt auch …Wenn jetzt rauf schaust dann ist das ein bisschen „verweist" ist das Ganze. Und das zeigt halt auch wie bei vielen anderen Bloggern auch, wenn man viel zu tun hat, dann schreibt man halt weniger auf dem Blog und wenn man ohnehin weiß, wo man die Zeit her nehmen soll, dann schreibt man halt mehr.

I: Hast Du mit dem Bloggen bereits negative Erfahrungen gemacht?

P05: Nein.

I: Und welchen Stellenwert nimmt das Bloggen in deinem Tagesablauf ein?

P05: Derzeit, wenig. **Generell schon viel weil es mir wichtig ist und weil man den Erfolg von einer Geschichte sehr gut messen kannst***. Den Verlauf von einer Geschichte und **viele Abonnenten habe ich dazu gewonnen, Rss-Abonnenten*. Weil man Kommentare hinterlassen kann, das ist ein viel besseres Feedback als man in einer Tageszeitung haben kann.** Wenn jemand deine Geschichte gut findet, oder schlecht findet, aber er gibt Dir (Anm.: in der Tageszeitung) nichts zurück.

I: Wie viele Zugriffe hast du denn in etwa?

P05: 600 Abonnenten, aber im Moment spielt es sich gerade ab, weil ich habe im Jänner eine Excel-Liste online gestellt, über die Euro und das scheint irgendwo verlinkt zu sein. Und ich habe 2000 Zugriffe/ Clients am Tag und das ist doch recht viel.

I: Wie wichtig ist Dir der Austausch mit den Lesern?

P05: **Voll wichtig. Du kannst…ich stell oft Sachen online z. B. WebSpezial – ich weiß nicht ob Du das kennst – die Kleine Zeitung hat vier Mal im Jahr ein Heft übers Internet. Und das stell ich meistens schon vor Drucklegung rein, damit ich Feedback**

bekomme. Das kann man natürlich nicht mit allem machen im Journalismus, eine „Aufdecker"-Geschichte kann man nicht reinstellen. **Feedback ist unglaublich wichtig, weil es dir einen Rat gibt wo du gut bist oder schlecht bist und wo du dich verbessern kannst. Und dieses Feedback hast du da herinnen (Anm.: in der Redaktion) kaum, in allen Formen von Mainstream-Medien.**

I: Du nimmst also diese Vorschläge und Kritik an von den Lesern?

P05: **Ja natürlich (Anm.: nehme ich die Kritik an), wenn ich einen „Scheiß" geschrieben hab, steht das auch drinnen. Dann musst du damit leben. Beim nächsten Mal recherchierst genauer oder schreibst weniger angriffig oder mehr, je nachdem.**

I: Ich habe eher gemeint, ob z.B. wenn du dieses Heft online stellst, ob dann schon mal Vorschläge gekommen sind, die dich dann dazu bringen können, etwas zu überdenken oder verändern?

P05: **Ja, ja sicher, aber eher kleinere Sachen eher. Ich hab zum Beispiel mal eine Heft reingestellt und die Leser gebeten, dass sie das korrigieren können, auf Rechtschreibfehler. Und so wenige Rechtschreibfehler hat es noch nie gegeben, in keiner Ausgabe.**

I: Zur Kommentarfunktion: Entstehen Deiner Meinung nach wertvolle Diskussionen am Blog, unter den Leser, mit Dir…?

P05: Kann sein. Es ist halt sehr asynchron. Wenn jemand einmal einen Kommentar hinterlassen hat, dann kommt er eher nicht wieder zurück und schaut dann ob jemand auf diesen Kommentar geantwortet hat. Das gibt es noch Verbesserungsbedarf und da gibt es erste Werkzeuge dafür. Unterhaltung ist mehr als einfach meine Meinung zu hinterlassen. Das kommt noch.

I: Gibt es eine Mission, die Du als Blogger verfolgst?

P05: **Ja, möglichst viele Leute zu finden, möglichst viele Subscriber zu finden, - das klingt jetzt blöd – das sind die gleichen Ziele wie in den Mainstream-Medien, möglichst**

eine Leserschaft aufzubauen. Aber wer weiß vielleicht funktioniert das in 10 Jahren, vielleicht machen wir in 10 Jahren eine Zeitung. **Also ich sehe das Blog als Tool um Aufträge zu bekommen. Ich habe schon mehrmals Aufträge bekommen für „xy" zu schrieben, nur weil ich einen Blog habe. Das ist ja auch nicht zu unterschätzen.**

I: Welche Rolle spielt Deiner Meinung nach Qualität in Weblogs von österreichischen Journalisten?

P05: Ich kenn' nur wenige Journalisten-Blogs. Ich lese eher andere. Ich kenne ein paar, die das manchmal richtig sehen, manchmal das Medium missverstehen. Es ist nicht eine Plattform wo ich Content recyceln kann, **es ist keine Plattform wo ich in demselben Stil schreibe wie in der Zeitung***. Ein **Blog lebt von Links**, vom Eingehen auf Kommentare und das müssen viele erst lernen bei uns.** Die Qualität hängt auch von der Quantität ab. Wenn du viele Leute hast, die so etwas machen, dann wird die Masse dadurch besser. Weil sie müssen ja einen Benchmark haben, weil sie wissen wo es hingeht. **Leider machen es in Österreich wenig, deswegen kann man da einfach noch nichts sagen.** Aber wie viele Journalisten machen das in Österreich…ich glaube so um die 20.

I: Ich habe ungefähr 33, es gibt aber mehr als 40…Was meinst Du welche journalistischen Darstellungsformen entsprechen Blog- Beiträgen am ehesten?

P05: Meinung am ehesten. **Also vom Stil her schreibe ich in der Zeitung ganz anders als am Blog. Das heißt nicht, dass es schlechter ist, nur das viel mehr Meinungsfärbung drinnen ist am Blog.* Es ist durch aus subjektiver, aber ohne dass man die Fakten verdreht, aber einfach mehr meinungsbeladen.** In Österreich haben wir ja eine sehr hohe Medienkonzentration. Je mehr Medienkonzentration desto weniger Vielfalt an Meinungen hast du im Mainstream-Bereich. **Aber weil Blogs viel mehr gefärbt sind mit Meinungen hast, hast du ein unendliches Spektrum an Meinungen und das macht es auch spannend.**

I: Wie beurteilst Du die Leistungen von Journalisten im Vergleich zu nicht-journalistischen Bloggern? Lassen sich in Hinblick auf Qualität Unterschiede erkennen?

P05: **Ich lese viele Nicht-Journalisten Blogs und ich muss sagen, dass du viele Fertigkeiten im Journalistenberuf lernst. Das eine ist dass du weißt wie du**

recherchieren musst, dass du einfach den Hörer nimmst und sagst: „Hallo Georg Holzer, Kleine Zeitung, was ist da los…?“ Du hast viel mehr Access, die Schreibe ist auch schöner und besser – das ist jetzt eine Verallgemeinerung – aber zum Beispiel Wortwiederholungen, bei Journalisten ist das viel flüssiger und leichter zu lesen. Das heißt aber nicht, dass inhaltlich andere Blogs nachhängen, du merkst einfach dass da jemand schreiben gelernt hat. Wenn du zum Beispiel den Blog von Florian Klenck ließt, oder den Blogger „XY“, der viel größer ist in der Blogosphäre, viel mehr verankert ist und im Fach viel besser drinnen ist, den Unterschied merkst du. Und eigentlich ist das ein Vorteil den wir – oder viele – nicht ausnutzen.

I: Eigentlich hast du es schon angesprochen, aber kannst du ganz konkret sagen, wie stehst du in Hinblick auf J-Blogs zu subjektiven und parteiischen Meinungen? Haben diese eine Berechtigung?

P05: Was ist ein Blog? **Ein Blog ist eine Website auf der jeder schrieben kann, seine Meinung sagen kann. Wieso soll die Meinung dann keine Berechtigung haben? Jeder kann da schreiben was er will, solange gewisse Grenzen eingehalten werden, solange es keine Beleidigung ist, keine Neonazipropaganda, soll er schreiben was er will.**

I: Was ist für Dich ein qualitativ hochwertiges Blog?

P05: **Ein Fulltext-Feed, also eher technische Sachen.** Ich hab‘ gerade keines, weil es einen Fehler gibt, aber das gehört her. Die **Dichte der Information muss passen*,** sprich **es soll viele Links geben, viele Verweise und so**. Das macht einen Blogger glaubwürdiger, wenn du jetzt sagst dass Firma A Firma B für 13, 6 Millionen Dollar gekauft hat und du das jetzt verlinkt hast zu einer Quelle wo das noch einmal glaubwürdig drüben steht, dann ist das Qualität. **Der Blogger selbst muss auch auf die Kommentare eingehen, er darf nicht denken dass die Leute einfach ihren Müll abladen, sondern muss auch zurückgeben. Sprich wenn jetzt jemand meint, ich haben einen „Scheiß“ geschrieben, dann musst du auf das Feedback eingehen*.** Das muss lesbar sein, **es sollten keine Fehler drinnen sein**,** **schön strukturierter Text*,** vielleicht **ein paar Bilder**, **mit Videos aufgepeppt**.**

I: Kann man sagen das gilt auch für deinen Blog?

P05: Ja, ich versuche es halt, ich weiß nicht wie gut ich dabei bin.

I: Inwiefern ist Dir Qualität im eigenen Blog wichtig? Welche Maßnahmen zur Qualitätssicherung ergreifst Du konkret im Blog? Dazu gibt es ein paar Fragen, die darauf hinleiten können: Was sind deine wichtigsten Quellen der Blogeinträge?

P05: **Also ich lese sehr viele Blogs, weil die meisten schneller sind.** Und ich schreibe ja über Technik hauptsächlich und Blogs sind einfach schneller. Du kannst jetzt aber nicht hergehen und einen Blog abschreiben. Mit der Zeit wenn du das oft ließt, dann baust du ein gewisses Vertrauen auf in denjenigen. **Zum Beispiel der TechCrunch (Anm: ein Technik-Blog) da habe ich noch keinen Fehler gefunden, also werde ich dem das nächste Mal auch glauben. Die haben für mich die gleiche Glaubwürdigkeit wie die „New York Times".** Aber einem Blog den ich zum ersten Mal sehe, dem glaube ich nicht alles. Du muss auch bei der Wikipedia und bei allen Online-Medien wo User eingreifen können, musst du noch ein bisschen mehr kritisches Denken haben, kritisches Hinterfragen ob das so stimmen kann. Gibt's dafür noch eine zweite Quelle oder so.

I: Setzt Du Links auf Online-Quellen?

P05: **Nicht bei allen, also ich setze nicht auf jedes Wort einen Link. Aber auf gewisse Sachen schon ja, Ich versuche es halt, sagen wir so.**

I: Wie würdest Du dich bei Interessenskonflikten verhalten?

P05: **Also das ist noch nie passiert, aber dann würde ich – wenn ein Interessenskonflikt entstehen würde – wahrscheinlich nicht schreiben.** Ich hab schon einmal geschrieben, dass es generell für Medienhäuser Probleme geben wird, aber konkret für das Haus hat es noch nie einen Anlass geben.

I: Ist es Dir schon einmal passiert, dass Du nach der Veröffentlichung eines Eintrages oder eines Artikels einen Fehler entdeckt hast. Hast Du diesen dann korrigiert oder würdest Du das tun?

P05: Also wenn es wirklich peinlich wäre dann tu ich es nicht, ich meine jeder ist ein bisschen eitel. Aber sonst schreibt man „Update“ hin, oder streichst es durch, aber wenn es wirklich peinlich ist, dann tut man das nicht.

I: Verwendest Du auch fragwürdige oder parteiische Quellen?

P05: Naja, was ist eine parteiische Quelle. Wenn das ein Google-Blog ist dann ist das schon parteiisch. Klar, nimmt man das als Quelle auch her. Aber man muss es immer bewerten und gewichten. Wenn ich jetzt einen Microsoft-Blog lese, dann weiß ich, dass hier jetzt nicht gut über Google geschrieben wird. Das muss man aber immer im Hinterkopf haben. Gerade im Journalismus ist nach noch viel schlimmer, denn da hast du es nur mit Presseaussendungen zu tun. Wenn der „Kika“ jetzt sagt, er ist das beste Möbelhaus, na warum wird er das sagen. Im Journalismus und der PR in diese Richtung ist das ja noch brutaler.

I: Ich zeige Dir nun eine Liste mit journalistischen Qualitätskriterien bzw. Grundsätzen. Kläre bitte, wie Du die Berichterstattung in Journalistenblogs in Hinblick auf diese Qualitätskriterien beurteilst.

P05: Alle werden eigentlich in Journalisten-Blogs angewendet, außer die Trennung von Fakten und Meinungen. Naja, in einem Blog schreibt man auch anders, also wenn du nur über Meinungen schreibst, wo sollst du dann Fakten checken. Weil es halt ein sehr meinungsbezogenes Medium ist. Aber **die Wahrheit, Sorgfalt und Wahrhaftigkeit wirst du trotzdem nicht verdrehen*** und die **Menschenwürde und Persönlichkeitsrechte wird man auch nicht unbedingt verdrehen.** Recherche und Gewichtung der Themenauswahl bleibt komplett dir überlassen. Es gibt keinen, der dir da dreinredet. Sicherheit vor Schnelligkeit, da könnten wir diskutieren drüber, es hängt davon ab welchen Blog du hast. **Informantenschutz wird sicher nie ein Problem sein.** Die drei Punkte könnten wir diskutieren: Handwerklich saubere Recherche, Sicherheit vor Schnelligkeit und Fakten und Meinungen. Weil es ein Medium ist wo viel Meinung drinnen ist und da ist die Frage von welchem Blog man gerade redet.

I: Welche Rolle spielen ethische Prinzipien in Journalisten-Blogs?

P05: **Es (Anm.: ethische Prinzipien in Blogs) spielt schon eine Rolle.** Man kann jetzt nicht hergehen und sagen jetzt schreibe ich für die Zeitung und bin dann ein ganz anderer Mensch indem ich im Internet publiziere. **Ich glaube es spielt die gleiche Rolle, oder zumindest eine ähnliche.** Ich meine, in einem Kommentar in der Zeitung bist du ja auch nicht 100% sachlich. Sachlich schon, aber neutral.

I: Seit einiger Zeit kursieren im Netz Vorschläge für einen „Ethik-Kodex" von Bloggern für Blogger. Was halten Sie von dieser freiwilligen Selbstkontrolle?

P05: **Freiwillig schon, also ich bin jemand der sehr liberal denkt und nicht für alles Gesetze braucht**. Ich denke meine Leser sind mündig dass sie sehen ob das gut ist oder nicht. Ich meine, du kannst nicht auf Dauer „Bullshit" schrieben, du kannst nicht auf Dauer Sachen falsch machen und dich dann fragen, wozu brauche ich ein Gütesiegel. **Wenn ich Blödsinn schreibe laufen mir die Leute eh davon und genau so ist es in der Zeitung. Ich brauche nicht für alles ein Gütesiegel, eine Regelung und einen Kodex. Wer es will soll es haben aber ich brauche es nicht.**

I: Also würdest Du sagen, dass es sich eher selbst reguliert?

P05: **Naja, sicher, wenn du einen Blödsinn schreibst, dann schreibt dir ohnehin jemand einen Kommentar, dass es ein Blödsinn ist. Das reguliert sich eh von selbst.** Wie gesagt, ich brauche nicht für alles Regeln.

I: Würdest Du behaupten, dass man im Netz die Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten in ihren Weblogs vergleichen kann?

P05: **Ich glaube, dass der Blogger genauso wie Journalisten die mit dem Medium schon sehr vertraut sind, zum Beispiel der Robert Basic, der ist mit dem Medium schon viel mehr vertraut, als zum Beispiel der Adolf Winkler. Der hat einen Blog, verlinkt aber nie auf etwas.**

I: Zu welchem Zweck nutzt Du Weblogs anderer Personen?

P05: **Als Informationsquelle*** einerseits fachlich. **Weil ich wissen will es den Leuten geht, die Bekannte oder Freunde sind, weil es mich interessiert an welchen Projekten sie arbeiten etc**.** **Zur Recherche nutze ich sie auch***. **Zur Veröffentlichung von Inhalten nutze ich meinen Eigenen**. **Ich poste Kommentare auf anderen Blogs nicht so oft, aber doch auch*. Auch zum Networken nutze ich Blogs**.** Also jetzt tu ich gerade ein bisschen wenig, aber **wenn ich etwas super Lustiges finde, dann auch aus Spaß**. Es ist ja nicht nur das Blog, es gibt ja auch noch andere Tools wo man veröffentlichen kann. Twitter ist zum Beispiel so etwas. Wenn man was super Lustiges hat, dann schreibt man das schnell auf Twitter. **Ich nutze andere Blogs auch zur Ideen- und Themenfindung sehr häufig** und zur **Verbreitung von Wissen nutze ich meinen**.

I: Würdest Du behaupten, dass Weblogs mittlerweile zu einem Werkzeug journalistischer Berichterstattung geworden sind?

P05: Würde ich das behaupten, müsste ich der Meinung sein, dass viele Journalisten das machen, oder? Da ist die Frage ob jetzt ein Blogger auch ein Journalist ist. Jeder der publiziert, ist Publizist. Wo die Abgrenzung zum Journalisten ist, muss jeder selbst definieren. Es ist nichts anderes als ein Content-Management-System, das ein paar Zusatzfeatures bietet.

I: Inwiefern verändert die enorme Dynamik der Blog-Kommunikation den journalistischen Alltag?

P05: **Nein, das tut sie überhaupt nicht. Die meisten Leute „scheren sich einen Dreck darum“ und glauben, das sind Leute die irgendetwas im Internet schreiben und das es ein Blödsinn ist. Also wenn man sagt, das habe ich in einem Blog gefunden wird es nicht ernst genommen.**

I: Glaubst du dann, dass Journalisten mehr von Weblogs profitieren könnten, wenn sie sie mehr nutzen würden?

P05: Ja sicher. **Es ist auch die zum Beispiel der Weblog im Städtchen „XY“ schreibt, der Bürgermeister ist gestern betrunken nach Hause gefahren, dann kann das eine Quelle sein, wo du mit einer Recherche beginnst. Und das Thema RSS ist generell im Journalismus noch nicht so weit gegangen, damit können noch die wenigsten was**

anfangen. Und wenn es das Thema Politik in Kärnten wäre, dann müsste das Keyword „Haider" in der Blogsearch abonnieren. Aber da wissen die Leute nicht wie es geht, weil sie oft auch nicht wissen was RSS ist und das wird noch länger dauern. Da sehe ich schon, dass Leute, die mit Social Media umgehen können….also um was geht es am Ende des Tages? **Am Ende des Tages geht es um Aufmerksamkeit. Wenn ich jetzt einen Podcast habe, der 30 Minuten dauert und ich habe 100 Abonnenten, dann habe ich 300 Minuten Aufmerksamkeit. In dieser Zeit können 100 Personen kein Radio hören. Während die Leute meinen Blog lesen, können sie ganz sicher keine Zeitung lesen. Das heißt ich schneide mir irgendwann einmal ein Stück von Medienkuchen herunter, der sich irgendwann einmal ganz anders aufteilen wird.** Und irgendwann wird sich das monitorisieren, denn momentan ist Monitorisieren ein indirekteres Modell, wo ich sage ich präsentiere mich und bekomme deswegen Beratungsaufträge oder was auch immer. **Irgendwann wird es einmal eine Generation geben, die keine Zeitung abonniert, dann habe halt ich den Vorsprung gegenüber meinen jetzigen Chefs.** Aber so muss es eigentlich auch jeder Publizistik-Student sehen, mich wundert, dass nicht jeder Publizistik-Student einen Blog hat, wo er beweisen kann dass er schreiben kann.

I: Könnte man sagen, dass die Führung Deines Blogs für Deine hauptberufliche Tätigkeit von Nutzen ist?

P05: Schon, ich bin freier Journalist. Alleine wenn ich Ideen bekomme für Anlagesachen, wo jemand in Kommentaren etwas reinschreibt und das korrigiert oder so, dann habe ich schon eine korrigierte Version für eine andere Geschichte. Meine Blogs machen wenig Crossover zwischen Print und den anderen, aber das ist nicht ausgeschlossen, ja.

I: Haben nationale Medienunternehmen im internationalen Vergleich Deiner Meinung nach, Nachholbedarf in diesem Bereich? Wenn ja, inwiefern?

P05: **Ja sicher, die (Anm.: nationalen Medienunternehmen) tun ja gar nichts oder kaum was.** Die Telekom hat einmal angefangen und da schlägt das voll ein. Es hängt davon ab, wo es Sinn macht. Du musst den Sinn für dich selbst definieren. **Bei Medienunternehmen passiert wenig. Die Kleine Zeitung hat ein Weblogsystem, wenn man sich das anschaut wie klein die Spitze (Anm: Leserblogs) ist, die wirklich darauf schreibt, dann ist das schon klein.*** Ich weiß nicht wo es sonst noch so etwas gibt. **Die Kollegen sollten sich**

einmal bemühen, Blogs einmal ernst zu nehmen und einmal zu lesen, schauen was es in ihrem Tätigkeitsbereich überhaupt gibt.

I: Hast Du es schon einmal erlebt, dass Themen, die in der Blogosphäre aufgegriffen werden, den Weg in die klassischen Medien finden?

P05: **Selten, aber doch. Bei mir war das auch einmal so. Da hat vor 3 Wochen jemand eine Twitter-Nachricht geschickt: „Google kauft in Oberösterreich ein Grundstück!“**

I: Ah, ja das hab‘ ich gelesen…

P05: Kennst‘ die Geschichte, gell?

I: Ja, und das war ein Gerücht und dann ist das doch revidiert worden, oder?

P05: **Ja, aber das Gerücht aus den Blogs hat gestimmt, das weiß ich, weil ich war im Juli in San Francisco und da hat mir jemand von der Austrian Business Agency gesagt, dass ein großer amerikanischer Konzern ein „Veto(a)(?)“-Center eröffnet, oder planen will. Woraufhin ich dann gleich die Geschichte für Print geschrieben habe, weil ich gewusst habe sie stimmt.** Ich hab’s dann vielleicht ein bisschen schlampig recherchiert für Print, für Online hab‘ ich es gar nicht geschrieben. **Da gibt’s den Thomas Sommeregger aus Hermagor, der hat die Kleine Zeitung gelesen am 13. März, da haben wir ein Foto drinnen gehabt, mit dem Gusenbauer und dem IPhone. Der hat das am 13. März noch nicht haben können, weil es erst am 14. März verkauft wurde. Wir waren dann zu blöd, ich habe das den Kollegen von der Politik gesagt, da hat ein Blog darüber geschrieben eben. Und die Tageszeitung „Österreich“ hat das die Woche auf und ab gespielt. Das ist aus Blogs gekommen, ja.**

I: Wie würdest Du den Einfluss, den Weblogs auf Journalisten und ihre Medien haben beschrieben?

P05: **Noch zu gering (Anm.: ist der Einfluss von Blogs auf den Journalismus).**

I: Denkst Du, dass der Grund für das wachsende Interesse an Blogs, die Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien ist?

P05: **Glaub‘ ich nicht (Anm.: dass der Grund für das wachsende Interesse an Blogs, die Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien ist),** weil du musst…das ist in anderen Ländern anders. In Frankreich zum Beispiel hast du automatisch eine viel höhere Anzahl von Blogs. **Österreich ist da komplett hinten, wir sind weit hinter Deutschland, wenn man sich die Technorati-Rankings anschaut, im Verhältnis zur Bevölkerung. Ich glaub‘ es ist zu den Leuten noch nichts so weit gekommen. Und viele die etwas machen müssten aufgrund dessen was sie können, die überlegen immer noch warum oder wissen gar nicht dass es so etwas gibt, dass jeder publizieren kann. Das wird noch dauern. Es ist zum Beispiel in Frankreich viel weiter verbreitet dieser Glaube an die freie Meinungsäußerung. Das ist bei uns in der Gesellschaft nicht so verankert, im Denken dieser Leute, weil es nie Probleme gab damit. Es hat Zeiten gegeben in denen es in Frankreich nicht immer so einfach war, bei uns hat es das nicht gegeben, außer in der Hitler-Zeit.**

I: Glaubst Du, dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die stetige, aber doch etwas langsamere Entwicklung von J-Blogs in Österreich hat?

P05: Also dazu kenne ich sie zu wenig. **Ich glaube nicht wirklich (Anm.: dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die stetige, aber doch etwas langsamere Entwicklung von J-Blogs in Österreich hat).** Ich glaube die Leute die Journalistenblogs schreiben, sind Leute die von sich aus ein Bedürfnis haben sich mitteilen zu müssen, ja. Und das hat weniger damit zu tun bei welchem Unternehmen sie arbeiten, sondern mehr mit der Persönlichkeit mit dem- oder derjenigen Kollegen oder Kollegin.

I: Weblogs werden in der wissenschaftlichen Literatur oft als Gefahr für die klassischen Medien thematisiert. Wie denkst Du über diese Überlegungen?

P05: **Ja sicher, das hab‘ ich ja auch gemeint. Als Gefahr ist jetzt ein bisschen übertrieben, aber sie nehmen sich ein Stück vom Kuchen. Wenn jemand in Google sucht zum Thema „XY“ und kommt auf einen Blog, dann ist sein Informationsbedürfnis damit womöglich gestillt.** Der weiß vielleicht gar nicht was ein Blog ist, das ist einfach

publizierter Inhalt im Netz. Indem er das liest oder das konsumiert, hat er nichts anderes gelesen. Der individuelle Medienkonsum wächst zwar, aber nicht um das gleiche wie der Content wächst. **Da sich Medienhäuser streiten; sie müssen sich mit Bloggern oder Betreibern von Websites „matchen" wer denn den Zugriff bekommen.** Wenn du dir WordPress anschaust – diese Blogging-Tools – die sind jetzt auch Suchmaschinenoptimiert und die haben sicher einen Vorteil wie man klassische Content-Management-Systeme von Online-Medienhäusern. Ich verwende auch WordPress, ganz einfach zu installieren, dauert 3 Minuten.

I: In Hinblick auf das Phänomen „Weblog": Welche konkreten Erwartungen hast Du in Hinblick auf die Zukunft?

P05: Ich glaube das es dem Leser oder dem typischen Konsumenten… Also woher kommen die typischen Weblog-Besucher? Die kommen von Google. **Wenn du heute suchst nach Shanghai und Postleitzahl, kommst du ganz sicher auf meinen Blog.** Und das ist noch immer einer der meistgelesenen Beiträge weil wenn du dir bei Apple einen IPod bestellst, dann kommst ja Shanghai und um die Trackingdauer zu berechnen, brauchst du die Postleitzahl für den Absendeort. Nur Shanghai hat keine Postleitzahlen. Und **das ist eines der meisten Keywords, wo Leute zu mir kommen, die steht ganz oben im Ranking. Und der normale Leser weiß kann nicht unterscheiden, dass das ein Blog ist und das ist ihm auch vollkommen egal. Hauptsache, dass das Informationen drauf sind und das wird irgendwann einmal komplett nebensächlich ob das ein Blog oder eine Website ist.** Mein Blog hat in letzter Zeit auch eine ziemliche Evolution durchgemacht, wo ich einfach ein bisschen neu gestaltet habe das Ganze und ein bisschen mehr „friendly" für andere Leute, für Nicht-Blogkonsumenten zu machen. **Der Inhalt wird wachsen, der über Blogs – also von nicht traditionellen Medienhäusern generiert wird und auch die Zeit in der Medienkonsumenten konsumieren. Aber es wird nie so werden, dass jetzt auf einmal Blogs größer sind als die traditionellen Medienhäuser, aber sie werden ihren Anteil am Kuchen ganz sicher bekommen.**

Fall: F

I: Was ist Ihre Motivation, ein Weblog zu schreiben?

P06: **Mein Blog ist ja eigentlich kein klassischer Blog, er ist mein öffentliches Archiv.** Ich schreibe eigentlich nicht aus Lust in den Blog hinein, so wie das in vielen anderen Blogs der Fall ist, weil man was zu sagen hat oder es als Art Tagebuch verwendet. Sondern **ich stelle im Wesentlichen meine Texte dort hinein*. Die Motivation war die Möglichkeit eines öffentlichen Kommunikationsmittels zu haben, also quasi nicht nur diese Einseitigkeit, wie beim Radio oder in der Zeitung**. **Also dass man etwas schreibt und niemand kann darauf reagieren, sondern auch dass man in einen Dialog mit dem Leser treten kann. Und das zweite, das mir wichtig war ist, dass mein Zeug alles einmal bei einander ist und dass mein Vater nicht so viele Zeitungen abonnieren muss. Also im Grunde, dass die Leute die sich für meine Texte interessieren, aber nicht in der Lage sind soviel Zeug immer zu lesen, dass diese Leute dann einfach die Möglichkeit haben, da hinein zu schauen und zu sehen, was ich so mache.** Einige Freunde von mir nutzen das relativ regelmäßig so wie die in Vorarlberg draußen, die schauen sich dann einfach an was ich so schreibe.

I: Hat das Blog für Sie auch einen Netzwerk-Effekt?

P06: **Ein bisschen, aber nicht so stark.** Ich bin über den (?) Mayerhofer, der meinen Blog gemacht hat, also meinen Web-Operator, der betreut die Blogs von einigen Freunden von mir auch und manchmal gibt es Aktionen, die er uns allen dann vorschlägt, wie zum Beispiel die Aktion „Ärzte ohne Grenzen“. Das ist aber das einzige, was bei mir als Netzwerk funktioniert. Ich glaube andere nutzen ihre Blogs stärker als Netzwerk.

I: Wie nahe steht der Kurier- Blog dem Medium?

P06: Also den Kurier-Blog nutze ich seltener als meinen anderen Blog. Den betreuen auch mehr die Leute vom Kurier. Ich bin eigentlich kein Fan von einem „Großding“, das schaue ich mir ungern an. Da wird man teilweise auch so beleidigt, das trifft einen mehr, als dass man daraus irgendetwas ziehen könnte. Es ist auch keine konstruktive Kritik drinnen, mit der man arbeiten könnte. **Diese Kritik bekomme ich per mail von den Lesern und diese Kritik nehme ich auch ernst.** Ich möchte auch die Namen und Adressen von den Leuten haben, die mich beschimpfen. Ich akzeptiere keine Kritik von anonymen Menschen, das tu ich nicht. Deshalb lese ich hier die Postings nicht bzw. nicht gerne. Ich kenne viele Kollegen, die das

aber tun und teilweise wirklich darunter leiden. Und ein sehr anerkannter Kollege einer anderen Zeitung hat auch seine Kolumne deshalb aufgegeben, weil er gesagt hat, er hält diese Postings nicht mehr aus. Die Postings bei dieser Zeitung wurden auch so ungefiltert zugelassen und viele Leute gehen wirklich auf die Autoren los. Bei uns ist das besser, weil der Filter besser funktioniert und die Leute mehr Angaben über sich selbst machen können und nicht einfach unter Pseudonymen einfach reingehen. **Aber für mich ist das Medium über welches ich mit meinen Lesern kommuniziere meine Mailbox und mein eigener Blog, denn dort stelle ich meine Texte selbst rein und da kommen quasi andere Leser rein, weil der eher im Falter beworben ist, als im Kurier.** Der im Kurier ist eher ein Zusatzbonus, den die Leser bekommen, dass sie das quasi im Internet auch noch anschauen können.

I: Bloggen Sie innerhalb oder außerhalb der Arbeitszeit?

P06: **Bei mir ist es so, dass wenn ich einen Artikel für die Zeitung geschrieben habe, der veröffentlicht wurde, den Artikel dann eigentlich sofort auf den Blog stelle,** ihn aber erst 2 Tage später frei gebe. Das heißt, ich arbeite ständig mit dem Blog und ich schaue auch immer wieder rein und schaue wie viele Zugriffe ich ungefähr habe und **schaue mir die Kommentare von den Lesern an***. **Hin und wieder stelle ich auch DJ-Termine, Fotos oder ähnliches hinein.** Das heißt, ich beschäftige mich schon täglich mit dem Blog, aber nicht sehr ausführlich. Das angenehme daran ist, dass es nicht noch dazu eine eigene Arbeit ist, sondern, dass das nebenbei funktioniert.

I: Haben Sie mit dem Bloggen bereits negative Erfahrungen gemacht?

P06: Nein, überhaupt nicht. Außer, dass es dumme Leser gibt. Also es gibt einfach dumme Leute und die schreiben dummes Zeug hinein. Das negative ist auch, dass man „zugespamt“ (Anm.: mit Spam überladen) wird, aber mit einem einigermaßen guten Filter kann man damit umgehen.

I: Haben Sie sich für das Bloggen aus persönlichen oder beruflichen Gründen entschieden?

P06: Es ist bei mir wirklich nur beruflich, weil meine private Kommunikation, die führe ich mit Freunden und nicht öffentlich. Das hat damit zu tun, dass ich als Journalistin und Kolumnistin eine öffentliche Person bin und das bin ich ja auch in meinem Blog. Also das ist rein beruflich und würde nie etwas Privates da hineinstellen, wie zum Beispiel ein Foto von meinen Kindern. Das würde für mich nie in Frage kommen.

I: Weil Sie gemeint haben, Sie treten mit den Lesern vordergründig per E-Mail in Kontakt. Wie wichtig ist Ihnen der Austausch mit den Lesern?

P06: Den Lesern ist es sehr wichtig. Mir würde es reichen nur zu schreiben, ich sag's ehrlich. Ich finde es anstrengend, dass über die moderne Kommunikation noch so viel Arbeit dazu gekommen ist. Dass man eben nicht nur seinen Text einfach reinstellt, sondern, dass man sich dann auch noch x-mal dafür rechtfertigen muss. Das war früher nicht der Fall. Man hat Leserbriefe bekommen und man hat diese hin und wieder beantwortet, aber nicht so konsequent. **Aber hier (Anm. am Blog) wird erwartet – und ich mache das auch und ich stelle auch fest dass es einen Sinn hat – jedes Mail beantwortet. Und dass ist natürlich viel Arbeit, weil ich ja auch tatsächlich auf das eingehe, was sie da zu sagen haben, wobei sehr viel Positives kommt. Aber das Tolle ist ja auch wenn sie einen beschimpfen oder man sehr harsche Kritik bekommt und man dann aber sehr freundlich antwortet und das was sie sagen ernst nimmt, dann kommen gleich viel freundlichere Antworten zurück. Von dem her kann man Leser auch wieder beruhigen und das mag ich wieder daran.**

I: Gibt es in Hinblick darauf etwas wo Sie sagen können „das hat mir jetzt etwas gebracht"? Das heißt bekommen Sie von Ihren Lesern Inputs, die Sie verwenden können?

P06: **Ja, absolut. Das ist natürlich perfekt an diesem Austausch, dass die mir Geschichten erzählen, die ich verwenden kann. Davon profitiere ich unendlich. Es sind ja auch nicht nur Mails, die jetzt eine Kritik oder ein Kommentar zu meinen Kolumnen sind, sondern da kommen auch Geschichten, die wahnsinnig interessant sind und das ist super daran, das ist wirklich ein großer Vorteil.**

I: Gibt es eine Mission, die Sie als Bloggerin verfolgen?

P06: Nein, nicht direkt. Also ich möchte einen qualitätsvollen Blog schreiben, aber mir ist auch klar, dass es kein normaler Blog ist. Es gibt Blogs, die wirklich wie Blogs funktionieren und in welchen mehr Interaktion statt findet und in die sehr viel mehr verschiedene Medien einfließen als nur **das sture Veröffentlichen von Texten das ich mache. Meiner ist halt sehr geradlinig und ich bilde einfach das ab, was ich als Arbeit abliefere** und da ich fast jeden Tag etwas schreibe, ist er natürlich auch einigermaßen aktuell.

I: Welche Rolle spielt Ihrer Meinung nach Qualität in Weblogs von österreichischen Journalisten?

P06: **Eine große, weil Journalisten sich natürlich auch in Ihren Blogs sehr an journalistische Grundsätze halten müssen. Man kann nicht sagen, dass ist jetzt mein privater Blog und jetzt lass' ich alle Vorsicht fahren oder alle Rechtsgrundlagen außer Acht, da mache jetzt da was ganz anderes. Wobei es sehr verführerisch ist und ich selbst mal in so was ein bisschen reingefallen bin, zwar niemals wegen einem journalistischen Text aber einmal wegen einem Blog-Text vor den Richter gekommen bin und da ist mir auch wirklich selbst erst klar geworden, dass das natürlich die kleine Kategorie ist, dass man das überhaupt nicht trennen kann und dass man nicht lockerer jemanden beleidigen kann als in der Zeitung, sondern dass die gleichen Grundsätze ein zu halten sind.**

I: Welche journalistischen Darstellungsformen entsprechen Blog- Beiträgen am ehesten?

P06: **Die Meinung am ehesten, aber mein journalistisches Arbeiten besteht auch vorwiegend aus Meinung mittlerweile. Aber bei den anderen Journalistenblogs besteht natürlich die Möglichkeit, dass man natürlich mehr Meinung vertreten kann und zwar von Zeitungen unzensurierte Meinungen. Da ist natürlich der Unterschied, dass da kein Chefredakteur dahinter steht, außer das jeder so sein eigener Chefredakteur ist und sich im Rahmen der Rechtslage selbst mit seiner Meinung verwirklichen kann und keine Blattlinie zu berücksichtigen ist.** Das ist natürlich ein Vorteil daran.

I: Lesen Sie Weblogs von Nicht-Journalisten?

P06: Hin und wieder schon, ich habe meinen eigenen Blog mit einigen Weblogs verlinkt, die nicht journalistisch sind und die ich sehr lustig finde. Da gibt's eine Mutter, die einen wirklich lässigen Blog über ihre Familie schreibt. Das ist ein perfekter Familien Blog – Fotos von den Kindern, aber lustig und dann ein paar YouTube-Sachen dazu. Alles was in ihrem Leben eine Rolle spielt kommt dort hinein, das ist nicht nur so „Kindermund"-Zeug. Das bildet das Leben einer Familie mit Hirnen ab. Das ist wirklich wunderbar lustig zu lesen.

I: Wie beurteilen Sie die Leistungen von Journalisten im Vergleich zu nicht-journalistischen Bloggern? Lassen sich in Hinblick auf Qualität Unterschiede erkennen?

Also ich finde zum Teil die nicht-journalistischen Blogs lustiger zu Lesen als die der Journalisten, weil die Leute mit weniger journalistischen Vorstellungen an die Sache rangehen und sich zum Teil dadurch auch mehr trauen und auch andere Medien einbeziehen. Die Journalisten haben das Medium, das sie beherrschen, gelernt - das Schreiben oder das Beiträge machen - und da haben sie ihre Schemata nach denen sie vorgehen. **Nicht-journalistische Blogger gehen sehr viel freier mit dem Medium um und lassen sehr viel mehr Sachen einfließen. Achten wahrscheinlich weniger auf Copyrights oder so, aber es ist zum Teil einfach viel lustiger.**

I: Glauben Sie, dass speziell Journalisten aufgrund ihres Rollenselbstverständnisses Wert auf eine qualitative Berichterstattung legen?

P06: Also ich glaube nicht, dass es qualitativ hochwertiger ist, es kommt darauf an, was man als Qualität bezeichnet. **Wenn jemand seinen Alltag gut abbilden kann, dann hat das für mich die gleiche Qualität, wie wenn jemand mit geschliffenen Worten ein Ereignis kommentiert - sogar manchmal auch mehr Qualität zum Teil.** Es sind ja nicht alle Journalisten gute Journalisten. Ich meine, ein schlechter Journalist wird auch einen schlechten Blog machen. Ich glaube, dass Journalisten durch ihr berufliches Selbstverständnis weniger Privates rein fließen lassen. Da für die meisten Journalisten Journalist sein bedeutet, ich gehe in die Arbeit, habe eine Meinung und dann geh ich heim und es geht niemanden was an. Ich arbeite etwas anders, weil ich schon glaube, dass vieles, das man in seiner Familie erlebt, auch exemplarisch für viele ist und deshalb verwende ich das auch in meiner Arbeit sehr stark. Andere Journalisten tun das jedoch nicht, deswegen sind aber auch diese Blogs eindimensionaler teilweise.

I: Weil Sie gemeint haben, es kommt darauf an was man unter Qualität versteht. Deshalb würde ich von Ihnen gerne wissen: Wie würden Sie ein qualitativ hochwertiges Blog definieren?

P06: **Das ist für mich ein Blog, wo man immer wieder überrascht wird, wo man einfach nicht immer wieder das Gefühl hat man ist in einer Zeitung im Internet, sondern etwas wo ich mit ganz anderen Meinungen konfrontiert werde, als ich es in den Zeitungen werde.** In den journalistischen Blogs hat man neben der Textform meistens ein paar Fotos dabei aber das war es dann schon. **Und da wird man einfach konfrontiert mit Beobachtungen von Leuten – die sie vielleicht auch aus dem Internet „abzapfen" – aber wo man dann einfach neue Sachen kennen lernt und das gefällt mir gut und darin besteht für mich auch die Qualität.** Der Vorteil eines Blogs gegenüber eines normalen

Mediums ist, dass es so frei und offen ist und dass so viel hineinfließen kann, was in ein normales Medium nicht hineinfließen kann.

I: Inwiefern ist Ihnen Qualität im eigenen Blog wichtig? Welche Maßnahmen zur Qualitätssicherung ergreifen Sie konkret im Blog?

P06: **Also ich hab für mich selbst – das gilt für mein Leben und auch für meine Arbeit – einen gewissen Selbstbeschränkungsgrundsatz. Ich weiß was ich kann und das mach' ich. Deshalb schreibe ich auch und geh' nicht ins Fernsehen. Ich tu' in meinen Blog das rein, wo ich das Gefühl habe, das ist gut, das kann ich.** Ich kann z.B. nicht so gut, irgendein Zeug zusammensammeln und zusammenfügen. Die Andrea Dusl hat einen fantastischen Blog mit allen möglichen Einflüssen. **Ich kann besser Texte schreiben und hin und wieder ein lustiges Foto dazustellen und das mach ich.** Das Gute am Blog ist, dass es sich verändern kann. Man muss nicht immer dasselbe machen und hin und wieder habe ich Phasen in denen ich dann auch mehr Fotos reinstelle oder mehr Ankündigungen, aber zur Zeit benutze ich ihn sehr stur und sehr beschränkt. Also das heißt ich finde meinen Blog ja auch nicht besonders gut im Vergleich zu anderen. Er hat halt einfach eine gerade Linie und will aber auch nicht mehr sein als er ist.

I: Welche Kriterien verwenden Sie zur Themenauswahl am Blog?

P06: Diese Frage gilt für mich ja nicht, weil **ich für meine Arbeit die Themen wähle, die ich jetzt gerade interessant finde und die eine breite Leserschaft interessant findet.** Für meinen Blog selbst würde ich wahrscheinlich auch Themen wählen, die nur drei Leute interessieren. Aber das ist halt bei mir anders.

I: Das heißt, wenn sie Online- oder Offline- Quellen verwenden, setzen Sie dann einen Link?

P06: Also nicht immer. Ich lese viele Dinge und dann kommentiere ich das irgendwie. Bei mir kommen relativ selten Quellen vor. **Wenn ich eine Geschichte aber aus einem Medium habe, dann gebe ich selbstverständlich die Quelle an.**

I: Wenn Sie sich vorstellen Sie entdecken bei der Veröffentlichung eines Eintrages oder eines Artikels einen Fehler. Korrigieren Sie diesen dann?

P06: **Ja, ich bin jemand der lange über den Texten „hirnt" und irgendwann müssen sie fertig werden und wenn sie dann im Medium veröffentlicht werden fällt mir auf, dies**

und jenes hätte ich besser machen können. Und das mache ich dann auch in meinem Blog-Artikel. Ich finde es hier eben auch gut, dass wenn er fix und fertig ist, dass er noch verändert werden kann.

I: Wenn Sie etwas am Ausgangstext verändern, ist das dann ersichtlich bzw. wissen das die Leser dann oder legen Sie Veränderungen auf irgendeine Art und Weise dar?

P06: Nein. Das ist meine Qualität für mich, wenn ich meinen Text ein bisschen besser mache, das steht mir frei. Was ich kürzlich gemacht hab, ich hab den Blog dazu genutzt „Paninis" für meine Kinder zu sammeln. Das kann man natürlich in der Zeitung nicht und im Blog kann ich die Liste ständig aktualisieren und das finde ich gut, dass man für so etwas dieses Medium nutzen kann. Das kann man sonst nicht machen. **Und da ist das einfach ein angenehmes Medium um Kommunikation mit Leuten herzustellen.**

I: Ich zeige Ihnen nun eine Liste mit journalistischen Qualitätskriterien bzw. Grundsätzen. Bitte klären Sie, wie sie die Berichterstattung in Journalistenblogs in Hinblick auf diese Qualitätskriterien beurteilen.

P06: Bei mir gilt das eigentlich alles nicht weil ich einfach journalistische Texte da reinstelle. Bei anderen kann ich das nicht sagen, es tut mir leid. Weil ich kann nicht sagen, wie andere Leute arbeiten. **Aus den Journalistenblogs, die ich kenne geht hervor, dass das alle sorgfältig arbeitende Menschen sind*** und da sehe ich schon, dass die sich sehr stark an diese Sachen halten. Aber sonst bin ich nicht sehr informiert. **Aber im Punkt der „Trennung von Fakten und Meinungen" da finde ich auch, dass der Blog das nicht unbedingt erfüllen muss und dass es in einem Blog, oder in den Blogs die ich kenne, eher untypisch wäre.**

I: Welche Rolle spielen ethische Prinzipien in Journalisten-Blogs?

P06: Also ich finde das kommt sehr auf den Journalisten an, das ist personenabhängig.

I: Seit einiger Zeit kursieren im Netz Vorschläge für einen „Ethik-Kodex" von Bloggern für Blogger. Was halten Sie von dieser freiwilligen Selbstkontrolle?

P06: **Naja, ich finde es (Anm.: die Vorschläge für einen „Ethik-Kodex") schon gut.** Es kommt darauf an was man dann am Ende darunter versteht. Wenn es auf Zensur hinausläuft dann finde ich es nicht gut. **Wenn es darauf hinausläuft, dass Rechte anderer Menschen**

geschützt werden sollen und bestimmte Standards eingehalten werden, dann bin ich dafür.

I: Wenn ein Blogger, unabhängig davon ob dieser Journalist ist oder nicht gegen Vorschriften verstößt, was halten Sie dann von Sanktionierungen gegen diese Person?

P06: **Ich finde da müsste es Möglichkeiten zum Eingreifen geben. Ich meine, Freunde von mir haben ihre urheberrechtlich geschützten Werke, Zeichnungen und so auf fremden Blogs gefunden und konnten nichts dagegen tun und das geht für mich nicht. Da müsste es auch Handhabe geben, dass man das dann zumindest von dort entfernen kann.** Das finde ich schon schwierig.

I: Denken Sie, dass es eigentlich mehr ins Gewicht fällt, wenn ein Nicht-Journalist eine Falschmeldung postet oder wenn das eben ein Journalist tut? Glauben Sie, dass das unterschiedlich gehandhabt wird?

P06: Ich glaube schon. Ich glaube es wird ernster genommen wenn es wirklich von einem Journalisten kommt. Es kommt natürlich auch auf die Aufmerksamkeitsgröße an. Wie viel Aufmerksamkeit hat ein Blog? Wenn das ein Laie macht, der unglaubliche Zugriffszahlen hat und das dann in einem normalen Medium verwendet wird, dann ist es natürlich relevant. Irrelevant ist es wenn es ein Wirtshaustratsch auf Internetebene ist.

I: Wenn wir jetzt Weblogs von Nicht-Journalisten betrachten, finden Sie, dass hier auch auf Qualitätsmerkmale Wert gelegt wird?

P06: **Ja das sehe ich schon sehr stark. Weil die Leute wollen ja auch zeigen, dass sie etwas können. Zum Beispiel ich kenne einen Blogger, der ist sehr darauf bedacht, dass er gut schreiben kann und dass er sehr wohl in der Lage ist nach journalistischen Kriterien zu arbeiten.** Das sind vielleicht auch Leute, die schon mal versucht haben bei Zeitungen unter zu kommen und vielleicht nicht konsequent genug waren dabei und dass sie zeigen wollen, dass sie da schon auch Talent haben. **Und daher glaube ich, dass sie sehr viel Wert darauf legen. Ich glaube schon, dass man in manchen Fällen die Handlungsweisen von Bloggern und Journalisten vergleichen könnte.**

I: Zu welchem Zweck nutzen Sie Weblogs anderer Personen?

P06: **Eigentlich weil ich wissen will was der oder die gerade denkt. Das sind dann schon eher Leute die ich kenne.** Ich nutze Blogs ja eigentlich nicht als Quelle, weil ich sie unverlässlich finde. Ich finde aber, das dürfen sie auch sein, aber deswegen benutze ich sie nicht als Grundlage meiner journalistischen Arbeit. Ich benutze sie also nicht als Recherchetool. **Manchmal finde ich aber zufällig Ideen für Themen, wenn man einfach sagt, das ist ein interessanter Gedanke, den kann man weiterspinnen, aber dann eher als Inspiration für etwas eigenes, aber nie als Faktenquelle*. Ich schau' in Blogs mehr aus Interesse rein, das ist für mich eher als Spaß an der Sache gedacht**. Manchmal schau' ich auch in Blogs, die ich nicht persönlich kenne, aber die man halt kennt.** Manchmal rutsche ich in so etwas rein und dann lese ich ein Stück davon, aber dann kann sein, dass ich Monate lang nicht mehr reinschaue. Ich habe einmal sehr konsequent den Blog von Rainald Götz auf Vanity Fair gelesen, das war echt toll, das hat mir gut gefallen. Das ist literarische Arbeit auf täglicher Basis, das hat mir gut gefallen. Am Schluss hat es mir dann vom Anspruch her dann nicht mehr so gut gefallen, weil das war mir zu hassvoll, aber die Art wie er geschrieben hat und wie er das Medium verwendet hat, hat mir gut gefallen. Das war aber der einzige, den ich regelmäßig gelesen habe.

I: Würden Sie behaupten, dass Weblogs mittlerweile zu einem Werkzeug journalistischer Berichterstattung geworden sind?

P06: **Ja leider, aber eben leider (Anm.: sind Weblogs zu einem Werkzeug journalistischer Berichterstattung geworden), weil sie unzuverlässig sind.** Ich finde es wichtig sie zu berücksichtigen, weil sie Quellen von vielen Meinungen sind, wo man sich anschauen kann was die Leute denken und was sie interessiert, aber man darf sie nicht als Faktengrundlage verstehen.

I: Weil sie das Wort unzuverlässig verwendet haben, da sprechen sie – wenn ich sie richtig verstehe –von Glaubwürdigkeit?

P06: Ja, wenn da etwas behauptet wird, würde ich die Dinge dann nachher nicht verwenden. Es ist sehr subjektiv einfach. Ich würde es nicht also objektive Tatsache nehmen, was da in einem Blog steht.

I: Inwiefern verändert die enorme Dynamik der Blog-Kommunikation den journalistischen Alltag?

P06: **Das ganze Internet beeinflusst die journalistische Arbeit enorm, also das hat den Journalismus insgesamt total verändert.** Ich komme noch aus einer Zeit wo es das nicht gab. Ich habe Journalismus gelernt in einer Zeit in der man wirklich noch in Bibliotheken und Archive gehen musste und durch journalistische Zeitungen blättern musste. **Also das alles hat die journalistische Arbeit total verändert und der Blog ist ein zusätzliches Faktum, das die journalistische Arbeit auch noch einmal verändert.** Mein Problem ist einfach, das die Arbeit immer mehr wird, dass von Journalisten immer mehr Nebentätigkeiten erwartet werden. Und das es dadurch zu einer Ganztagsbeschäftigung geworden ist im Netz irgendetwas herum zu schreiben.

I: Inwiefern profitieren Ihrer Meinung nach Journalisten von Weblogs?

P06: Wie schon erwähnt, dass man einfach mitbekommt wie die Leute denken und was sie interessiert.

I: In Hinblick auf Ihren eigenen Profit durch das Bloggen haben Sie ja bereits erwähnt, dass es berufliche Gründe hat. Würden Sie behaupten, dass das Ihr persönlicher Profit ist?

P06: Ja, genau. Also mein persönlicher Profit durch meinen Blog ist das schon. **Ich hab auf meinem Blog mein Zeug beieinander, es ist immer einsehbar***. **Ich profitiere natürlich auch davon, dass ich potenziellen Auftraggebern nicht immer erst Texte schicken muss, damit sie sehen was ich kann. Sondern die haben von irgendwoher von mir gehört, geben meinen Namen im Internet ein und können dort natürlich sofort lesen was ich geschrieben habe. Und ich bekomme dadurch natürlich leichter Aufträge.** Das kommt auch dazu. Und ich kann auch meine eigenen Sachen, wie Bücher, dort bewerben.

I: Haben nationale Medienunternehmen im internationalen Vergleich Ihrer Meinung nach, Nachholbedarf in diesem Bereich? Wenn ja, inwiefern?

P06: Also dazu muss ich sagen, das weiß ich nicht, denn da habe ich nicht so viele Vergleiche.

I: Haben Sie es schon einmal erlebt, dass Themen, die in der Blogosphäre aufgegriffen werden, den Weg in die klassischen Medien finden?

P06: Ich beobachte die Blogosphäre nicht so, deswegen weiß ich das nicht. Ich meine, es ist ganz bestimmt der Fall, aber ich kann dazu keine Beispiele geben.

I: Denken Sie, dass der Grund für das wachsende Interesse an Blogs, die Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien ist?

P06: **Ja, das glaube ich schon. Ganz einfach, weil sie die Möglichkeit selbst haben an medialer Berichterstattung teilzunehmen.**

I: Glauben Sie, dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die stetige, aber doch etwas langsamere Entwicklung von J-Blogs in Österreich hat?

P06: Das weiß ich nicht, ich nehme es zwar an aber ich bin mir nicht sicher. **Österreich ist vielleicht in vielen Dingen einfach ein etwas rückständigeres Land. Für Elektronik gilt das sowieso glaub' ich.** Das müsste man sich einfach mal genauer anschauen. Vielleicht sind in Österreich die Menschen mehr Medienkonsumenten als Medienmacher, daran liegt vielleicht die Qualität der Medien.

I: Weblogs werden oft als Gefahr für die klassischen Medien thematisiert. Wie denken Sie über diese Überlegungen?

P06: **Ich habe das Gefühl, das ist ein Parallelmedium, das neben den klassischen Medien existiert und das beide voneinander profitieren*. Ich glaube nicht, dass es da eine Gefahr gibt**. Weblogs sind für mich eher als eigenes Zusatzmedium zu verstehen.**

I: In Hinblick auf das Phänomen „Weblog": Welche konkreten Erwartungen haben Sie in Hinblick auf die Zukunft?

P06: Also ich glaube das werden immer mehr werden und ich merke das auch jetzt, so von Anfragen her von Leuten, die das gerne verlinken möchten, dass es schon sehr stark zugenommen hat, das ganz normale, private Menschen selbst Weblogs schreiben und dieses als Möglichkeit eines öffentlichen Tagebuches nutzen. Und ich glaube das kann und wird die Kommunikation im Internet stärker verändern, wenn das normaler wird. Oder dass es mehr Themenblogs gibt. Dass die Weblogs vielleicht auch die traditionellen Foren im Internet eher ablösen, das könnte ich mir vorstellen. Also ich glaube es wird zunehmen. Aber die Leute müssen zugleich auch ihren persönlichen Filter finden, was sie davon nutzen und was sie davon nicht nutzen, das ist eh bei allem so.

Fall: G

I: Was sind Ihre Motivationen und Intentionen für die Führung Ihres Weblogs?

P07: Dazu muss man ein bisschen ausholen, weil die Presse hat relativ spät mit Blogs begonnen. Das hat auch seine Gründe. **Ich habe begonnen einen Blog zu erstellen, habe es in seiner Testfunktion ausprobiert, daran herum gespielt und irgendwann festgestellt, dass das gar nicht schlecht ist dieses Blog.** Online gegangen sind wir dann zirka im April. Demnach ist das Weblog das ich in der Presse führe eher zufällig entstanden. **In den letzten Monaten, dem letzten Jahr habe ich parallel dazu im privaten Bereich damit beschäftigt, da ging es aber eher um ein Ausprobieren des Möglichen, was sind die Standards dir dafür notwendig sind, wie funktioniert WordPress…es gab einfach das Interesse damit herum zu spielen und ich nutze jetzt 2 Möglichkeiten für mich selbst.** Das eine ist in Wirklichkeit nur eine Homepage, auf der meine persönlichen Daten darauf stehen, was in dem Sinne kein Blog ist. **Und das zweite ist ein Blog, auf welchem ich Familienfotos reinstelle, damit sich meine Familienmitglieder das anschauen können.** An diesem bescheidenen Beispiel sieht man schon, was ist eigentlich ein Blog. Vor allem ist es ja auch so, dass man die vielen Karteileichen im Internet sieht, bei welchem der erste Eintrag auch schon der letzte ist und so kommen ja auch diese gigantischen Zahlen zustande und man hört immer höhere Zahlen, z.B. es gibt schon über 3 Milliarden Blogs…das ist zwar ganz nett und macht sich vielleicht plakativ in einer Schlagzeile ganz gut, aber hat mit der Wirklichkeit nicht viel zu tun. Und dadurch die Blogs in der Presse eher durch Zufall zustande gekommen sind, sehe ich auch, dass man einfach ein breiteres Spektrum an möglichen Ausdrucks-möglichkeiten hat. Und wenn das Tool schon einmal da ist, dass man sich denkt, dass man dieses auch nutzen könnte. Das Blog ist aber für mich keine Möglichkeit andere Ausdrucksformen zu nutzen. Also da hab ich keine besonderen Ambitionen. **Auf der anderen Seite bin ich ja Journalist von meiner Herkunft her und jetzt da Geschäftsführer auch und deshalb geht es mir auch ein bisschen ab, dass ich nicht mehr wirklich journalistisch tätig in, ich schreibe nichts mehr und vielleicht ist das Blog für mich auch ein kleines Ding, wo man sagt: „Ach, irgendwas kannst du auch noch machen!“* Ein Blog ist auch irgendwie auch ein Vehikel zur Steigerung der Bekanntheit, die die das verstanden haben, die kümmern sich auch darum.** Der Grund warum wir in der Presse dem Thema vorerst etwas verhalten gegenübergestanden sind ist, dass wenn man sich die Blogs insgesamt anschaut, dann stellt man ja fest, dass das aus meiner

Sicht sehr stark ein „gehyptes“ Phänomen ist. Das hat aber damit zu tun, mit diesem gigantischen Prozentsatz der Karteileichen. Das hat damit zu tun, dass der Teil an Blogs der übrig bleibt, der regelmäßig betrieben wird, wiederum ganz verschiedene Personenkreise erreichen, wie z.B. die Familie oder Vereine usw. Und dann bleiben nur noch ganz wenige Prozent an Blogs wo man sagen kann, das ist etwas medienähnliches. So stellt man sich die Frage: „Gut, was könnte das für uns in der Presse bedeuten?“ Was für uns klar war ist es macht keinen Sinn den Usern ein Ding zu öffnen, so dass dann alle sich dort anlegen können, dort Karteileichen sammeln, 80 Prozent irgendetwas sammeln und 1 oder 2 Prozent der User dann vielleicht etwas machen, bei dem wir sagen, da getrauen wir uns das auch auf die Presse Homepage zu stellen. Und es ist auch gar nicht so leicht Journalisten zum Bloggen zu bewegen, weil es einfach zusätzliche Arbeit ist.

I: Führen Sie das Blog aufgrund ihres Berufs oder eher aus privaten Gründen?

P07: **Sagen wir es so, wenn ich doch als Online-Geschäftsführer sage „Wir setzten jetzt auf das Thema Blogs“, dann macht es natürlich keinen schlanken Fuß, wenn ich dann selbst nicht blogge.** So funktioniert es ja nicht. Aber ein Blog ist etwas, das muss man wirklich wollen. **Und da habe ich mir gedacht, wenn schon die anderen Journalisten schreiben, dass ich als Geschäftsführer auch mein Blog mache, es gehört halt einfach dazu und macht auch Spaß.**

I: Bloggen Sie innerhalb oder außerhalb der Arbeitszeit?

P07: **Eigentlich mache ich das, wie es sich ergibt (Anm.: das Bloggen, zeitlich gesehen).** Es kann auch vorkommen, dass ich es mal nicht schaffe, dann manche ich es ein anderes Mal. Es ist ja auch nicht so viel Arbeit, ich meine, man sieht halt auch immer nur das Endergebnis. Bis man einmal - wenn man etwas sucht und es dann findet – das sind manchmal nur 2 oder 3 Zeilen, dass schaut dann natürlich nicht viel aus, aber bis man das einmal zusammen hat vergeht schon Zeit. **Manchmal blogge ich dann auch am Samstag oder Sonntag, aber das ist eh klassisch im Journalismus.**

I: Gibt es finanzielle Vorteile durch die Führung des Weblogs?

P07: Nein finanzielle Vorteile gibt es nicht, aber wir haben informell vereinbart, nach einem Jahr schauen wir uns das wieder an und das Blog mit den meisten Zugriffen darf (?).

I: Haben Sie bereits negative Erfahrungen mit dem Bloggen gemacht?

P07: Also in der Phase der Konzeption der Blogs habe ich oft stundenlang mich mit anderen Weblogs beschäftigt und mir ist aufgefallen, dass viele Blogs einfach vernachlässigt werden. Wenn man an die 100 Blogs durchgeht, sieht man die Leute kümmern sich oft nicht mehr darum. Man hat offenbar einfach zu viel zu tun.

I: Wie wichtig ist Ihnen der Kontakt mit Ihren Lesern?

P07: **Natürlich ist der Austausch und der Kontakt mit den Lesern wichtig, ohne Frage. Kommentare sind besonders wichtig.** In der Presse haben wir momentan eine Größenordnung von - ich glaube - 120.000 Postings pro Monat. Wir wissen alle, dass der Standard da etwas geschafft hat aufgrund seiner Geschichte und Tradition als Online-Medium. Er ist auch jenes, das als *das* Posting-Medium in Österreich gilt, das tut uns immer ein bisschen weh. Aber auch bei uns hat das relativ stark angefangen, es ist einfach gut, richtig und notwendig. Es ist auch so, dass Postings immer unterschiedliche Qualität haben. Aber man muss auch immer wieder aufpassen und darüber nachdenken, was könne z.B. strafrechtliche Grenzen möglicherweise überschreiten. Ich nenne das jetzt, weil wir hatten da einen konkreten Fall, bei dem wir angewarnt, eigentlich auch juristisch bestraft wurden. Da gab es nämlich einen Fall rund um den Stadienbau und da hat jemand direkt an den Eintrag gepostet. Offensichtlich war das ein Insider. Dieser hat plötzlich angefangen intime Details preiszugeben. Das hat dann auch zu gewissen Problemen geführt. **Mein Grundzugang zu Postings ist, so liberal wie möglich. Ich würde am Liebsten alles zulassen. Das Internet in seiner Funktion ist ja ein demokratisches Medium, demnach soll jeder alles sagen können was er sagen möchte. Ob mir das passt oder nicht ist eine ganz andere Sache.**

I: Welche Rolle spielt Ihrer Meinung nach Qualität in Weblogs, speziell bei Journalisten?

P07: Zu Journalisten-Blogs kann ich eigentlich wenig sagen. Zum Thema Qualität in österreichischen Journalisten-Weblogs. Wir haben in der Presse versucht uns dem Thema Weblogs auf andere Art und Weise zu nähern, nämlich dahingehend, dass wir eine Kolumne

eingerichtet haben die da heißt „Funnet“. Die Kolumne war nur dafür da, um ausgewählte Blog-Beiträge deutschsprachiger Blogs auszugsweise abzudrucken. Und dabei haben wir 2 Dinge gelernt: Das erste, das wir gelernt haben ist, wenn man auf der Suche ist nach regelmäßig betreuten und qualitativ passenden Blogs haben wir festgestellt wie dünn die Geschichte wird. Also wir haben eine Bloggerliste gemacht und die belief sich auf etwa 150 Blogs. Wir investierten dabei wirklich sehr viel Zeit in die Recherchen. Besonders spannend waren viele davon nicht und das sagt auch schon ein bisschen etwas über das Thema Qualität aus. Wobei man immer darüber reden muss was Qualität überhaupt ist. Was ist Qualität im Journalismus? Was ist Qualität bei Blogs? Ich habe einen recht interessanten Zugang zu dem Thema, der in der Redaktion immer wieder für Diskussion sorgt. **Für mich ist Qualität all jenes womit wir die Bedürfnisse unserer Leser und User befriedigen können. Mir ist es wichtig den Leser in all seinen Bedürfnissen zu Informationen, Unterhaltung und Services abzuholen*.** Und bei Journalistenblogs hätte ich jetzt nichts, wo mir aufgefallen wäre, das es fehlt. Weil selbst der Herr Armin Wolf, der in Österreich schon eine gewisse Breite und Bekanntheit hat, der seinen Blog dann eingestellt hat, weil er gesagt hat er tut sich das nicht mehr an für – ich glaube – 300 Zugriffe pro Tag zu bloggen. Und dann hat er wieder beim ZIB Blog mitgemacht, weil da tun sie sich ja auch leichter, das geht zu dritt gut. Also wenn dann jemand der in Österreich so bekannt ist und ja auch ein Künstler der „Marke Ich“ ist, dann muss er schon etwas Gutes machen. Und auch der Patterer-Blog, da muss ich fragen: „Braucht das wer?“ Ich will jetzt nicht böse sein, aber… Also wenn ich Blogs verstehe aus ganz persönliches Ding, und jetzt bin ich aber eine Person die in der Öffentlichkeit steht, die wirklich persönlichen spannenden Dinge nicht reinschreiben darf, bei welchen Festen ich zum Beispiel war…oder mit wem ich die letzte Nacht verbracht habe, wenn ich die nicht reinschreiben darf, dann wird das einfach „gähnend“. **Deshalb kann es fast nur bei privaten oder anonymen Personen passieren, dass ich sage das ist so spannend oder aufregend oder so schrecklich, dass ich sagen kann, da kann ich dem wieder was abgewinnen.**

I: Welche journalistischen Darstellungsformen entsprechen Blog-Beiträgen am ehesten?

P07: Wir wissen, dass sich ein Großteil der Blogs – die zumindest medienähnlich sind - mit etwas befasst, was in Wirklichkeit Kommentierungen von Ereignissen sind. Also das Thema „Blogs schaffen Nachrichten“ stimmt ja in diesem Sinne nicht ganz. Wir wissen es kommt immer wieder vor, dass jemand in seinem Blog über etwas berichtet was passiert ist. Aber kein Blog kann nur annähernd schaffen, einen kontinuierlichen Nachrichtenstrom

sicherzustellen, wie das ein etabliertes Medium kann. Die meisten befassen sich entweder mit der Kommentierung von Ereignissen und dann gibt es da noch ganz kreative Darstellungsformen, die man eigentlich mit nichts mehr vergleichen kann. Und dann gibt es ja auch noch die Form „Mein persönliches Tagebuch".

I: Glauben Sie, dass Journalisten durch ihr Rollenselbstverständnis mehr Wert auf Qualität legen, also Menschen die aus anderen Gründen bloggen bzw. als Nicht-Journalisten?

P07: Ja, wie gesagt das ist wieder die Frage was ist Qualität. Nehmen wir ein praktisches Beispiel. Wenn ich heute einen Fernseher kaufen möchte und ich finde ein Weblog, wo sich jemand mit Fernsehern befasst, und ich bekomme dort wertvolle Tipps, dann ist das für mich relevant. Wenn ich aber unter Qualität verstehe, dass alles recherchiert, gecheckt, gegengecheckt, ist, weil es um Informationen geht wo das einfach wichtig ist, dann spielen natürlich solche klassisch journalistischen Qualitätskriterien eine Rolle. Wenn das aber Dinge sind wie Gerüchte, dann kümmert mich das auch nicht, weil das wieder eine andere Sache ist. Deshalb muss man immer klären, von welcher Qualität reden wir. Darum glaube ich ist es falsch, einen Qualitätsvergleich zum klassischen Journalismus abzugeben.

I: Wie würden Sie ein qualitativ hochwertiges Blog beschreiben?

P07: **Für mich muss grundsätzlich irgendeine Art von Bedürfnis von den Lesern abgedeckt werden, sonst geht die Qualität verloren.** Das gilt genauso für traditionelle Tagezeitungen und für Online-Dienste auch. Das kann aber etwas extrem unterschiedliches sein. **Das kann Information sein, die ich sonst nirgends finde oder in dieser Zusammenstellung nirgends finde*, das kann Unterhaltung sein**, das kann Service sein*. Das kann auch die menschliche Nähe sein, wenn man sagt die oder den kenn ich und da bin ich persönlich mit der Person verbunden.** Also das kann eine ganze Palette sein. **Das ist für mich die Aufgabe eines Mediums eine bestimmte Zielgruppe bei ihren Bedürfnissen abzuholen.** Blogger denken ja oft anders. Blogger machen oft etwas weil es ihnen ihr eigenes Anliegen ist das zu tun. Man ist dann oft überrascht und überrumpelt wenn das Ganze dann plötzlich Erfolg hat, das ist dann oft ein Zufallsprodukt. Als Medienmensch denkt man anders. Man denkt an Ressourcen die man hineinstecken muss, an Geld, und wenn man Geld hineinsteckt will man auch wissen, was kommt am Usermarkt heraus. Man denkt an Zugriffszahlen und daran wie ich es vermarkten kann. Dem Blogger geht es nicht darum,

der will einfach seine Poesieergüsse anbringen und dafür hat er auch in Blog in dem er das machen kann, er denkt nicht so extrem wirtschaftlich und wenn dort 5 Leute hineinschauen ist ihm das auch recht.

I: Wenn Sie an Ihr eigenes Blog denken, welche Maßnahmen ergreifen Sie zur Qualitätssicherung am Blog? Setzen Sie Links zu Online-Quellen?

P07: Ich weiß nicht ob das mit Qualitätssicherung zu tun hat. Naja, **ich bemühe mich richtig zu schreiben*** und **ich bemühe mich dass ich sozusagen in dem Fall eine Pointe finde, die auf der einen Seite die Hoffnung hat - das ist ja ein bestimmtes Ziel – in das praktische Gefüge passt.** Und ich schaue den Kollegen natürlich auch immer ein bisschen auf die Finger, weil mir auch auffällt, dass gewisse Texte oftmals ein bisschen sehr flapsig sind, aber das ist halt auch ganz normaler Austausch. Und ich würde sagen, dieser Austausch ist nichts Blog-spezifisches.

I: Gibt es Kriterien für die Themenauswahl am Blog?

P07: Also das halte ich ja für….bedeutungslos. Nein überhaupt keine. **Natürlich überlege ich dann schon, wenn ich mehrere Themen zur Auswahl habe, dann versucht man halt schon das Thema zu nehmen wo man glaubt, dass man mehrere Leute damit abholt.** Aber das ist in der gesamten Presse.com relativ irrelevant in der gesamten Größenordnung. Was macht die Homepage, das bewegt mich vielmehr und welche Nachrichten wir jetzt bringen und wie wir die bringen, das bewegt mich viel mehr, also ob ich jetzt dies oder jenes dort im Blog raus lasse.

I: Welche der folgenden Qualitätskriterien sind Ihnen am Blog wichtig?

P07: **Da glaube ich, Journalisten achten besonders auf Qualität, das kann man schon sagen, weil natürlich Journalisten halt mit allen Vor-und Nachteilen wenn sie bloggen ihr berufliches Verständnis dorthin mitnehmen*. Das heißt Unabhängigkeit, Sorgfalt und Wahrhaftigkeit wird in Blogs sicher in dem Ausmaß stattfinden wie es auch im betreffenden Medium stattfindet.** Das wird in einem Krone-Blog möglicherweise anders sein wie in einem Blog bei der „Presse“ oder einem Blog in der Kleinen Zeitung, das wird wahrscheinlich anders sein. Aber ich würde schon sagen, dass das was das Medium ausmacht,

in dem Blogs widergespiegelt wird. **Menschen- und Persönlichkeitsrechte genauso wichtig.** Journalisten wissen natürlich worum es da geht und halten sich entweder daran oder verletzen es absichtlich, egal ob sie in der Zeitung schreiben oder im Blog schreiben. Recherche und Gewichtung der Themenauswahl: **Ich glaube bei Blogs spielt die Recherche eine geringere Rolle, dadurch weil die Journalistenblogs ja stark Meinungselemente sind, wo Recherche eine geringere Rolle spielt was aber nicht heißt, dass das Kriterium absichtlich verletzt werden würde.** Und genauso die Themenauswahl, also ich glaube nicht, dass die Leute da besonders darüber nachdenken, sonders sehr stark mit diesem eher persönlichen Zugang arbeiten, also ich glaube es spielt hier keine große Rolle. Sicherheit vor Schnelligkeit: Hier ist die Frage, wie sinnvoll das ist. Also beim Blog spielt weder die Schnelligkeit eine besondere Rolle, weil es im Normalfall völlig egal ist ob der nächste Eintrag jetzt oder in 3 Stunden online geht, ist also nicht so wichtig. Und die Sicherheit: Blogs sind in den meisten Fällen in Hinblick auf Journalistenblogs etwas flapsigeres. Also ich glaube das verzeiht einem jemand, wenn da einmal sprachlich ein „Hacker" drinnen ist. Und inhaltlich befassen sie sich üblicherweise ja eh nicht mit den „heißen" Themen, oder es sind nur Kommentare dazu. Also die Sicherheit spielt da auch keine besonders große Rolle. Wenn gemeint ist Sicherheit in der Information die drinnen steht, Information und solche Sachen. Informantenschutz, da muss ich jetzt nachdenken. Es gibt ja kaum ein Blog in Österreich, das bemüht ist Nachrichten zu schaffen wo solche Themen eine Rolle spielen. Aber ich bin sicher, die Journalisten die bloggen, wissen was Informantenschutz ist, aber es spielt in Blogs keine Rolle. Aber sie würden sich daran halten, würde es eine Rolle spielen. Handwerklich saubere Recherche: Da ist es genau dasselbe, weil es gibt kaum einen Blog wo irgendetwas sauber recherchiert wird. Ich wäre froh, wenn sie mir da einen nennen könnten…

I: Es ist im Prinzip doch so, das gewisse – ob das jetzt Blogger sind oder Journalisten – Leute sich für ihre Themen am Blog in anderen Blogs oder überhaupt in anderen Medien oder auch auf Websites Ideen holen oder versuchen sich inspirieren zu lassen. Und daher habe ich gemeint, wenn sie jetzt ein Thema auf dem Blog behandeln würden – oder ein anderer Journalist auf seinem Blog ein Thema behandelt – und sich dann denken „Das muss ich noch einmal nachlesen und einmal schauen, ob das eh stimmt was ich da jetzt schreibe", ob Sie das dann gezielt tun?

P07: **Ja schon (Anm.: recherchiere ich wichtige Information nach), aber das sind ja eher die Blogs als mögliche Quelle für Geschichten, die dann Online oder in der Zeitung publiziert werden.** Das ist ja eigentlich ein Zweitthema.

I: Ja, das gibt es ja auch…

P07: Ja schon, aber das hat ja nichts damit zu tun, wenn ich als Journalist ein Blog führe. Und deswegen sage ich ja, wenn es Journalisten gibt die ein Blog führen, wo tatsächlich es um Fakten geht die recherchiert und publiziert werden, dann spielt weder das Thema Recherche, noch das Thema Informantenschutz eine Rolle.

I: Also meinen sie, das wäre in Österreich nicht verbreitet? Viele dieser Dinge gehen von einem amerikanischen, teilweise auch deutschen Blickwinkel aus, da diese auch eine ganz andere Auffassung in dieser Thematik haben. Die Amerikaner sind uns in diesem Bereich vermutlich einfach voraus, was meinen Sie?

P07: Ich weiß nicht, ob sie uns voraus sind. Ich glaube einfach die schlichte Tatsache, dass sie etwa ums 30- fache mehr Einwohner haben führt dann einfach, dass dieses 1% oder so, (?). **Und genauso Trennung von Fakten und Meinungen findet eigentlich nicht statt, weil natürlich Blogs von Journalisten sehr oft als Meinungselemente verstanden werden.** Meiner Ansicht nach müsste es das nicht sein, aber de facto passiert es so. Und man merkt da eher die Zurückhaltung bei den Fakten. Also ich habe eher so den Eindruck Journalisten die bloggen, neigen dann eher zu schwierigeren oder gefährlicheren Themen. Also das Problem ist nicht die Trennung von Fakten und Meinungen, sondern das Problem ist eher sie getrauen sich nicht im Blog so scharf zu sein, als sie es vielleicht im Leitartikel wären. Z. B. die Kontaktlinsenprobleme von Herrn Wolf sind völlig verzichtbar. Aber wenn der Herr Wolf klare Worte zu Gusenbauer finden würde, genauso wie er ihn zum Beispiel gestern interviewt hat, und er in seinem Blogs so etwas in dieser Art auch machen würde, dann wäre das ein bisschen schärfer. Also es sind noch immer Meinungen natürlich. **Aber Trennung von Fakten und Meinungen die findet weniger statt, aber das ist blogimmanent.** Und Kontrolle und Korrektur der Einträge, das ist ja eine Philosophiefrage. Es gibt da Blogger, die sagen es muss alles sichtbar sein, die gehen nicht hinein und korrigieren einen Rechtschreibfehler oder nehmen einen Satz heraus, sondern das muss alles sichtbar sein und deshalb sieht man die Verbesserungen am Blog. **Und der Journalist, der es gewohnt ist aus**

seinem konventionellen Arbeiten heraus, der sieht einen Fehler und bessert ihn einfach aus. Das sieht man im Nachhinein nicht.

I: Welche Rolle spielen für Sie ethische Prinzipien in Journalisten-Weblogs?

P07: **Genau dieselbe Rolle (Anm.: spielen ethische Prinzipien in Journalisten-Weblogs) wie über all anders auch.** Für Journalisten Behauptungen aufzustellen, die man nicht belegen kann … würde sich weigern diese zu vertreten, die ... Also ich halte Journalistenblogs vielleicht nicht für ein wirklich spannendes Thema in Österreich. Die 20 oder 30 die es vielleicht geben wird, das sind nur sehr wenige. Die Relevanz in der Öffentlichkeit ist nicht vorhanden, also ist das für mich eigentlich ein Nichtthema, Journalistenblogs.

I: Es kursieren seit einiger Zeit Vorschläge für einen „Ethik-Kodex" von Bloggern für Blogger. Was halten Sie von dieser freiwilligen Selbstkontrolle?

P07: **Also ich halte sie a) für durchführbar, weil es im Gegensatz zu traditionellen Medien keine Eingangskriterien gibt für Menschen, die Blogger „werden wollen".** Sie müssen keine Kriterien erfüllen, wenn man allerdings ein Journalist werden möchte muss man gewisse Kriterien erfüllen. Auf der anderen Seite…Blogs beziehen ja einen Teil ihres Reizes genau daraus, dass gewisse Spielregeln sehr weit aufgefasst werden oder auch zum Teil verletzt werden. Aber natürlich es gibt schon Kriterien wo ich jetzt sage, also das ist natürlich undenkbar. Es hat so einen Fall gegeben, dass jemand gekündigt wurde, weil ein Blogger offenbar falsche Informationen auf seinem Blog veröffentlicht hat. Da ist für mich natürlich Schluss mit lustig, aber das ist für mich eine Frage des grundsätzlichen Zugangs beim Bloggen.

I: Lesen sie auch Weblogs von Nicht-Journalisten?

P07: Ich lese eigentlich nur Weblogs von Journalisten, eigentlich zu 99% ausländische. **Ich habe nicht den Eindruck, dass es in Österreich besonders spannende Journalisten-Blogs gibt.** Ich lese schon auch Blogs von Kollegen, aber quasi aus Interesse sind es eigentlich nur ausländische. Und auch da ist meine Nutzung überschaubar, im Vergleich zu einer etablierten Mediennutzung macht das sicher nur einen ganz kleinen Bruchteil aus.

I: Würden Sie die Qualität in Weblogs von Nicht-Journalisten und von Journalisten vergleichen?

P07: Also wenn wir diesen Qualitätsbegriff so unscharf lassen, muss ich ehrlich sagen für mich ist der zentrale Unterschied der, **spannender machen es auf jeden Fall die Nicht-Journalisten*. Das was ich bisher von Journalisten angeschaut und gesehen habe ist für mich zwischen Langeweile und Mittelmaß.** Und da gehört mein eigenes bis zu einem gewissen Grad dazu, das versuche ich zumindest meinen Humor rüberzubringen, was letztendlich eben doch eine Geschmacksache ist, aber ich würde sicher nicht über meine Kontaktlinsen etwas hineinschreiben. Ich sehe wirklich keinen Sinn, so etwas in meinem Blog zu schreiben. **Das was spannend, witzig, interessant und informativ ist, das finde ich eher woanders.** Das muss man aber auch dazusagen, darf man nicht vergessen, dass wo es um Information geht, das strebt der normale Journalist hoffentlich in seinem Medium an. Das heißt nicht, dass er ein schlechter Blogger ist, sondern dass es sein Beruf eh schon verlangt wenn er eine Information hat, diese Information hoffentlich in seinem Medium zu publizieren. **Und daher bleibt bei den Journalistenblogs dann dieser persönliche Zugang übrig.** Aber wenn es z.B. einen Experten für irgendein Spezialthema, der ein Blogger ist aber beruflich in einer bestimmten Branche arbeitet und dadurch die Qualität der Information gut ist, dann hat ja dieser zunächst einmal da keine Plattform. Da bietet es sich natürlich an ein Blog als Plattform zu nutzen. Der Journalist macht aber Dinge, die Blogger in ihren Blogs machen, ohnehin schon in etablierten Medien.

I: Zu welchen Zwecken nutzen Sie Weblogs von anderen Personen?

P07: Eigentlich ganz unterschiedlich. **Das eine ist reines Amüsement*, das andere sind Blogs die ich aus rein beruflichen Gründen besuche, recherchiere ich alles zum Thema Medien, Internet, usw. Ich bin eigentlich kein Journalist der nur schreibt, meine Recherche hat also immer damit zu tun, zu suchen, was können wir noch lernen von anderen um unser Medium besser zu machen.** Aber da entsteht keine Geschichte mehr daraus bei mir. Aber würde ich schreiben, würde ich es natürlich auch als Quelle benutzen - aber mit aller gebotener Vorsicht.

I: Ist Networking für Sie auch ein Thema?

P07: Nein, ich bin nicht der Mensch dazu. Ich kann nichts verkaufen, würde ich das ernsthaft betreiben, hätte ich sicher mehr Zugriffszahlen auf meinen Blog. Ich habe meine Homepage, wenn jemand was über mich wissen möchte kann er das dort nachschauen.

I: Würden Sie behaupten dass Weblogs zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit geworden sind?

P07: **In Österreich sowieso nicht und international sind sie das zum Teil schon*. Also ich würde es so sagen, Weblogs sind eine spannende Bereicherung für klassische journalistische Inhalte, aber sie können diese nicht ersetzen.** Nirgendwo in einem Weblog finde ich einen kontinuierlichen Nachrichtenstrom wie in den etablierten Medien. **Aber es ist trotzdem gut, dass es ergänzende Dinge gibt, die eine bestimmte Perspektive haben, eine bestimmte Meinung oder weil sie sich Themen annehmen die man in etablierten Medien zu wenig behandelt oder sie vielleicht nicht angeboten werden.**

I: Inwiefern verändert die enorme Dynamik der Blog-Kommunikation der letzten Jahre den journalistischen Alltag?

P07: **Das Internet, die generelle Mediennutzung hat den journalistischen Alltag verändert und werden ihn weiter verändern. Blogs gehören da irgendwie dazu, aber das ist nicht das Kernthema.**

I: Inwiefern profitieren Sie persönlich vom Bloggen?

P07: Also mein Zugang ist ein positiver. **Die Informationsvielfalt finde ich - egal wie gut oder schlecht, schräg oder skurril oder auch hochwertig, die Information ist oder auch nur Information im weitesten Sinne ist - gut.** Also das ist ja die große Revolution, die da passiert ist, ist die Demokratisierung der Publizität einerseits, also grundsätzlich ist das für mich eine positive Entwicklung. Jetzt haben wir halt die Blogs, früher gab es noch die Zeit, wo jeder plötzlich eine Homepage anlegen konnte, jetzt sind es eben die Blogs. **Und was sich noch demokratisiert hat, ist der Zugang zu Wissen allgemein*.** Das begrüße ich natürlich ungemein, **aber es hat auch die Gatekeeper-Rolle der Journalisten schon sehr verändert.**

I: Haben nationale Medienunternehmen im internationalen Vergleich für Sie Nachholbedarf in diesem Blogging-Bereich?

P07: Das kann man schwer sagen, sagen wir einmal so. **Dadurch dass sie mich jetzt fragen, wenn ich so nachdenke, sie kommen auf nur etwas mehr als 40 Journalisten Blogs in Österreich. Das ist jetzt keine besonders tolle Zahl im Vergleich zu den Journalisten allgemein.** Diese Journalisten stecken ihre ganze Energie da hinein und die journalistische Arbeit ist je nicht unbedingt zeitlich gesehen eine kurze. **Oder ist es so, dass es eigentlich eine Schande ist bei so und so vielen Journalisten im Land? Ich weiß halt nicht, ob wir eben relativ viel schlechter dran sind, oder ob es nicht einfach auch logisch ist, dass es so ist.** Interessant ist es ja immer, was das für Menschen sind, die aus dem klassischen Journalismus heraus gedrängt werden, also gekündigt werden und so schnell keinen Job mehr finden. Was würde denn dann passieren wenn auch gute Leute am Markt wären, würden die sich denken, sie machen jetzt das weiter was sie immer gemacht haben, alleine um im Gespräch zu bleiben, und würden dann gute oder mehr relevante Blogs entstehen. Aber das wissen wir halt nicht und das wollen wir eigentlich auch nicht wissen, weil das ja eher nicht die Frage ist. Aber so lange man einen Journalistenjob hat – und das ist ja kein klassischer 40 Stunden-Job – ist ja auch die Frage: Woher nimmt man die Energie um dann noch mal ein wirklich relevantes Blog zu betreiben? Das einzige was man sehen könnte, ist ja nur dann wenn in meinem Medium nicht genügend Platz ist. Nur natürlich erscheinen dann die besten und wichtigsten Geschichten ja hoffentlich in dem Medium, aber wenn es dann Themen gibt, die im Medium keinen Platz haben oder einfach nicht reinpassen, keinen Eingang finden, dann kann man das ja im Blog veröffentlichen, die können dann ja aus der eigentlichen Arbeit heraus entstehen.

I: Haben Sie es schon einmal erlebt, dass ein Thema, das in einem Blog veröffentlicht wurde, Eingang in die Berichterstattung der traditionellen Medien findet?

P07: Also ich kann jetzt kein Beispiel nennen, aber ich glaube schon, dass das der Fall war. Also ich denke das wird sicher schon passiert sein. In Wirklichkeit ist aber die Gegenrichtung viel die Stärkere. Weil Blog beschäftigen sich ja vielmehr mit Themen, die etablierte Medien berichten, als in die Gegenrichtung.

I: Ja, denn eigentlich sind etablierte Medien eine der Hauptquellen vieler Blogs.

P07: Ja, ich finde es auch interessant wenn man auf Blogger stößt, die so „Hardcore"-Unabhängigkeit und diese Abgrenzung von der Gegnerschaft sind. In Bezug auf die Medienvertretung – kann ich ihnen einen interessanten Link schicken, da hatten wir einmal einen ganz interessanten Streit um diese (?)Kolumne, die aber auch nichts anderes getan haben, als Sachen von den etablierten Medien zu lesen und diese dann zu kommentieren.

I: Glauben Sie, dass das wachsende Interesse an Blogs mit einer Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien einher geht?

P07: **Erstens, wachsendes Interesse ist einmal zu bezweifeln oder zu überlegen ob das wirklich so ist. Weil Tatsache ist, dass es einmal Millionen Blogs gibt und man sagt jetzt hat es einmal eine Phase gegeben wo sich dieses Thema etabliert hat, und man fragt sich, wächst das eigentlich stärker als andere Sache.. Dann müssten Zeitungen definieren welche wir nehmen und dann bräuchten wir noch die Zugriffszahlen, also es ist unmöglich kontrollierbar.** Deswegen würde ich das einmal hinterfragen, ob das so stimmt. Aber natürlich ist eines klar – und da spreche ich jetzt aus der Sicht eines Tageszeitungsmenschen – offenbar schafft man es als Tageszeitung insgesamt – ich spreche jetzt nicht von der Presse, sondern aus Sicht der Mediengattung – aus vielen Gründen einfach weniger… (Unterbrechung durch hereinkommenden Redakteur). **Und generell muss man sagen dass man als Mediengattung offenbar aus vielerlei Gründen immer weniger versteht, diese Bedürfnisse von Menschen, insbesondere jungen Menschen, zu erfüllen, sie also abzuholen.** Man sieht das auch an der Auflagezahl, man sieht das auch an verschiedenen Statistiken. Auch seit dem Aufkommen und der Entwicklung des Internets als Massenmedium sieht man ganz stark, dass junge Menschen – 20 bis 29 Jahre - ganz stark unterdurchschnittlich Tageszeitungen konsumieren. Also das heißt wir müssen zur Kenntnis nehmen, dass es da auf irgendeine Art und Weise als Tageszeitungsmenschen verstehen müssen, die Menschen abzuholen in ihren Interessen. **Das ist ja der Weg der Blogger und ob das jetzt Blogger besser machen ist wieder eine andere Frage, aber das ist schon eine Taktik.** Wie wir damit umgehen ist für Medienunternehmen schon eine der entscheidenden Zukunftsfragen, was bedeutet das für uns? Wie gehen wir mit dem Thema Online um? Ist Online schon das Ende der Veranstaltung oder gibt es andere Dinge die kommen werden? Wie gehen wir mit dem Thema Handy künftig um? Wie gehen wir mit der inhaltlichen Mischung um? **Man muss sich darüber Gedanken machen ob sich Menschen verändert**

haben in ihrem Mediennutzungsverhalten? Ist es das viel breiter gewordene Angebot? Ist es der Kampf um Zeitbudgets, die wir nicht mehr so gewinnen wie früher weil ja die Tageszeitung weniger wird. Klar, weil wenn ich mir jetzt aussagen kann ob ich Internet surfe oder mich jetzt hinsetze und meine Zeitung lese. Also der Tag hat nur 24 Stunden und der ist endlich, also befinden wir uns in einem konstanten Kampf um Aufmerksamkeit und um das Zeitbudget von Menschen*. Also Faktum ist, irgendwie schaffen wir das immer weniger, auf der anderen Seite schaffen es unsere Online-Angebote, diepresse.com, sich zu bewähren. Das ist ein Thema, das ein generelles ist und nicht eines nur über Blogs. Klar, Aufmerksamkeit misst sich auch in Blogs, durch die aktive Nutzung von Blogs. Man schreibt selbst, also aktiv oder die passive Nutzung.

I: Glauben Sie, dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die Entwicklung von Journalisten-Blogs hat?

P07: **Das ist eigentlich eine „no-na"- Frage, weil jede Mediensituation hat zumindest auf den Journalismus Einfluss und damit auch auf irgendeine Art und Weise auch Auswirkungen auf Journalisten-Blogs. Und eben auch in Österreich klarerweise.**

I: Weblogs werden oftmals als Gefahr für den Journalismus dargestellt. Was denken Sie über diese Aussage?

P07: **Es gibt ganz klar Gefahren für klassische Medien, das ist ja offensichtlich. Das ist für jeden der sich mit diesem Thema beschäftig ersichtlich. Aber das hat mit Blogs überhaupt nicht zu tun meiner Ansicht nach. Warum? Weil Blogs das nicht leisten können, was etablierte Medien leisten*. Sie können andere Sachen leisten, sie sind spannend und eine wichtige Ergänzung, aber sie können das nicht leisten was etablierte Medien leisten können.** Oder würden sie das leisten können, wären sie bereits etablierte Medien. Aber wenn sich Blogger zusammenschließen und sagen, wir decken jetzt einen gewissen Themenbereich ab, dann müssen sie sich organisieren, finanzieren und dann würden sie sich auch immer mehr zu etablierten Medien ausdifferenzieren. **Aber Faktum ist, sie können keinen Nachrichtenstrom sicherstellen, auch nicht in bestimmten Themensegmenten, auch nicht wenn sich gewisse Menschen durch brisante Sachen hochbringen, keine Frage. Aber da gibt es keine Kontinuität drinnen, wie es ein Fernsehen- oder Onlineunternehmen leisten kann. Sie haben im Normalfall keine**

vertragliche Qualitätszuschreibung*. Bei der Presse – auch wenn ich sie nicht regelmäßig lese weiß ich – was kann ich da erwarten. Genauso weiß ich das beim Standard, da habe ich ein Bild im Kopf. Und da wieder ein gewisses Vertrauen. Bei einem Blog weiß ich zunächst einmal gar nichts. Wird er morgen wieder schreiben oder nicht oder erst in 3 Wochen wieder. Also es gibt diese berechenbare Qualität nur bei Medien, die sich selbst reproduziert auch. Da würde ich sagen, da ist keine Gefährdung in dem Sinne da bzw. haben natürlich etablierte Medien eine Rolle. Die Spielen nach anderen Spielregeln – so wie Check und Recheck, Kommentar usw. – das ist in Blogs alles egal. Es kann ja sein dass das den Menschen irgendwann nicht mehr wichtig ist, aber im Moment würde ich sagen, Blogs sind ein Teil des Ganzen, aber trotzdem will ich aus der etablierten Zeitung oder aus dem Online-Dienst schon noch wissen, was jetzt wirklich passiert ist. Also ich sehe in Blogs keine Gefahr für etablierte Medien. Es ist viel eher – wenn man es so sagen will – die Gefahr, dass Blogs zu etablierten Medien werden.**

I: Haben Sie in Hinblick auf das Weblog-Phänomen irgendwelche konkreten Erwartungen oder Wünsche für die Zukunft?

P07: Für uns sind aus all den Gründen über die wir jetzt geredet haben, wir sind nie davon ausgegangen, dass wenn wir das Thema Blogs beginnen, die Menschen das stürmen werden und die Zugriffszahlen so hoch werden. Also da sind wir realistisch. Und ich habe auch nicht die Erwartung, wenn wir da jetzt noch 20 Blogs dazu fügen und die bewerben, dass massiv steigen wird. Also die sind überschaubar, schon ganz gut und gefördert. Und zu Blogs allgemein: Meine persönliche Erwartung ist immer, dass ich Informationen finde, die irgendwas tun was mich berührt oder was ich brauche. Das Weblogs stärker dazu beitragen, da freue ich mich drüber. Aber ich habe das jetzt keine Erwartung oder ich sehe schon gar nicht am Horizont dass es nur mehr Millionen von Blogs es auf der Welt gibt und die muss man dann mühsam zusammensuchen, weil es keine etablierten Medien mehr gibt. Für Österreich glaube ich, dass sich schon ein paar Blogger etablieren werden können, die punktuell in verschiedenen Teilbereichen Relevanz bekommen. Aber das ist ein Wunsch, der sich möglicherweise nie erfüllen wird.

Fall: H

I: Also zur ersten Frage: Ich hätte gerne von ihnen gewusst, warum schreiben sie ein Weblog, was ist ihre Intention dahinter, was ist ihre Motivation?

P08: **Also wie gesagt, ich war insofern davon überzeugt, als man mir sagte, die „Marke Ich" könne dadurch erhöht werden, vorangetrieben werden. Das hat mich natürlich bei meiner Eitelkeit dazu bewogen das zu machen*. Inhaltlich und darauf kommt es ja im eigentlichen an, dass ich bestimmte Texte, die ich in der Printausgabe nur schwierig oder gar nicht unterbringen kann oder will, genau dort platzieren kann.**

I: Ist Networking für sie ein Faktor?

P08: In welcher Hinsicht ein Faktor?

I: Hinsichtlich der Motivation für die Blog-Führung. Benutzen sie es auch um soziale Kontakte zu knüpfen?

P08: **Ja, aber offen gestanden habe ich nicht, oder noch nicht, die Erfahrung gemacht, dass das auch sehr fruchtbringend ist. Es wäre schön, wenn dadurch die sozialen Kontakte sich gleich erhöhen würden. Nur ich, mit meinem bescheidenen Blog, habe jetzt meine sozialen Kontakte, leider Gottes, noch nicht nennenswert ausbauen können.**

I: Gibt es redaktionelle Eingriffe?

P08: Sie meinen in Sachen Unabhängigkeit?

I: Ja, genau.

P08: Nein, das gibt es nicht. Ich meine, eines ist klar, gewisse Spielregeln, muss ich einhalten, solange ich einen Blog auf der Homepage der Zeitung mache, für die ich arbeite. Ich kann also keine völlig obskuren Thesen vertreten, die dann auch in völligem Widerspruch zu einer Blattlinie stehen. Das will ich aber auch gar nicht, das habe ich auch gar nicht vor. So gesehen kann ich sagen, bin ich im Rahmen gewisser Spielregeln, vollkommen frei.

I: Wie sieht es bei ihnen aus? Bloggen sie inner- oder außerhalb der Arbeitszeit?

P08: **Teils, teils. Es ist klar, dass wenn ich nämlich tagesaktuell für die Printausgabe beschäftigt bin, ich nicht die Zeit dazu habe zu bloggen. Die tagesaktuelle Produktion der Printausgabe hat eben ganz klar, den Vorrang. Aber wenn ich jetzt sozusagen die Möglichkeit habe, nach meiner eigenen Zeiteinteilung vom Tagesaktuellen mich auszuklinken, dann mache ich den Blog. Also ich schreibe jedenfalls in der Redaktion, an meinem Arbeitsplatz und habe bis jetzt noch keinen einzigen Eintrag von meinem privaten PC zu Hause gemacht.**

I: Haben sie bereits negative Erfahrungen mit dem Bloggen gemacht?

P08: Nein.

I: Überhaupt gar nicht?

P08: Nein, gar nicht. Ich wüsste auch gar nicht, was passieren könnte. Das da irgendwelche Verrückten sich melden? Oder was könnte da eine negative Erfahrung sein?

I: Ach, das sind ganz unterschiedliche. Also es gibt ja Personen, die es zum Austausch nutzen, mit Lesern und dann sich aber trotzdem bei negativen Kommentaren äußern, dass sie nicht fruchtbar sind, zum Beispiel…

P08: Das sehe ich auch nicht so, also wenn da negative Kommentare kommen, dann freut mich das. Es freut mich dann nicht so in hohem Maße, aber es freut mich doch, weil sich jemand mit meinen Blogeinträgen befasst hat.

I: Das heißt also, der Kontakt mit ihren Lesern, ist ihnen wichtig?

P08: **Ja, absolut, natürlich (Anm.: ist der Kontakt mit den Lesern wichtig).**

I: Und wenn ihnen jetzt zum Beispiel ein Leser einen Kommentar hinterlässt, beantworten sie den auch, oder wie treten sie mit dem Leser in Kontakt oder tun sie das nicht?

P08: Das habe ich bis jetzt noch nicht gemacht, aber das würde ich je nach Kommentar schon machen. Nur glaube ich, meine Meinung und mein Beitrag ist ja der jeweilige Blogeintrag. Also noch einmal replizieren? Es ist ja kein Check, nicht. Also das würde ich eher in Einzelfällen machen. Und ich finde auch, ein Blogeintrag ist sozusagen mein Diskussionsbeitrag, so verstehe ich das. Und ich hoffe dass andere ihre Beiträge bringen.

I: Könnte man sagen, dass es eine Art Mission gibt, die sie als Blogger verfolgen?

P08: Mission würde ich das nicht nennen, **aber ein gewisses Sendungsbewusstsein muss man schon haben, nicht? Es muss einem und bei mir ist das so, ein Anliegen sein bestimmte Themen zu bringen, wenn man will, dass andere auf diese Themen aufmerksam gemacht werden. Ich will sozusagen die Leute dazu bringen, über das nachzudenken, was ich verbreite.** Also wenn sie das Mission nennen wollen, dann soll es mir recht sein.

I: Ist das auch der Grund, warum sie auch bei den meisten Blogeinträgen unten quasi, mehr oder weniger, die Leser dazu auffordern sich Gedanken darüber zu machen? Also mit ihren Fragen?

P08: **Ja, genau, so habe ich das Feedback von den Lesern.**

I: Und welche Rolle spielt, ihrer Meinung nach, Qualität in österreichischen Journalisten-Weblogs?

P08: **Na ja, die die ich kenne, sind gut. Allerdings muss ich sagen, ich suche nicht willkürlich so viel wie möglich Weblogs zusammen um dann zu sehen, welche gut und welche schlecht sind, sondern ich suche gezielt nach Namen oder nach dem Medium. Und die die ich dann finde, die sind gut. Also die Qualitätskriterien sind wie im normalen Medium schon vorhanden.** Es mag sein, dass es viele schlechte gibt, die ich nicht kenne, aber danach schaue ich auch nicht.

I: Zu den journalistischen Darstellungsformen: Welche, würden sie sagen, entsprechen Blogbeiträgen am ehesten?

P08: Am ehesten der Kommentar. Wobei ich glaube, das ist schon wieder eine eigene Spezies. Das ist schon wieder eine eigene Schreibgattung geworden, glaube ich. Es soll ja auch nicht so sein, dass ich zu aktuellen Themen Kommentare als … dass meine Blogs (Anm.: Einträge) aus Kommentaren zu aktuellen Themen bestehen, so soll es nicht sein. Denn Kommentare zu aktuellen Themen kann ich als Kommentator in der Printausgabe machen, das mache ich auch und mir für ein Blog für eine andere Art des Schreibens überlegen. Es ist eine kommentierende Art des Schreibens aber es ist nicht eins zu eins ein Zeitungs-kommentar.

I: Lesen sie auch Weblogs von Nicht-Journalisten? Also von anderen Bloggern?

P08: Sicher, natürlich.

I: Wie würden sie sie im Hinblick auf Qualität vergleichen? Würden sie hier überhaupt einen Vergleich ziehen?

P08: Ja, ich glaube das kann man schon vergleichen. Journalisten sind sicher näher an den Themen, die das leserliche Medium bringt. Weil ich Themen die mir absolut fremd sind, nicht auf dem Blog stelle. Ich wähle natürlich Themen die ich auch in meiner Printausgabe schreibe und das kann ein Nicht-Journalist klarerweise nicht. Da muss ich irgendwelche Wald- und Wiesenthemen oder sei es Fachthemen einbringen, aber dann kann ich nicht auf ein Themenrepertoire mit dem ich beruflich arbeite zurückgreifen.

I: Es sei denn es ist ein Unternehmer und greift auf ein Thema zurück, das gerade, zwar nicht in den Medien diskutiert wird, aber in der Nähe seines Berufsfelds ist.

P08: Ja, es können Wald- und Wieseneinträge oder fachspezifische Einträge sein. Das habe ich gemeint. Ja, klar, wenn ein Unternehmer, z.B. Großbäcker über die Schwierigkeiten beim Ausliefern von Semmeln schreibt. Das ist etwas fachspezifisches, etwas was in seiner Berufswelt vorkommt, da kennt er sich aus und dazu bloggt er. Ja. Wenn ein Unternehmer über etwas schreibt, was mit seinem Beruf zu tun hat, mit seiner Branche, aber dieses Thema wurde nicht auf öffentliches Interesse abgeklopft. Und eine Zeitung bemüht sich

selbstverständlich die Themen zu bringen, von denen sie annimmt, dass es die Öffentlichkeit interessiert.

I: In Hinblick auf journalistische Blogs: Wie beurteilen sie da subjektive oder parteiische Darstellungen. Haben die für sie eine Berechtigung?

P08: **Subjektive Darstellungen? Ja, natürlich! Es kann parteiisch, subjektiv, falsch, gemein, unverschämt usw. sein. Also hohe Berechtigung.**

I: Aber glauben sie dann trotzdem, dass speziell Journalisten aufgrund ihres Rollenverständnisses mehr Qualität auf ihre Inhalte ihrer Blogs legen?

P08: **Ja, das glaube ich schon, weil etwas polemisch oder provokant oder überspritzt oder zynisch zu schreiben heißt ja nicht, etwas dumm zu schreiben.**

I: Wie würden sie für sich selbst ein qualitativ hochwertiges Blog beschreiben?

P08: **Es muss natürlich eine gewisse Information bieten*, eine gewisse Sachlichkeit sollte nicht verloren gehen**, aber ich finde der Konsument sollte schon erfahren, was ich davon halte.** Insofern würde ich das Element „Bericht“ und das Element „Kommentar“ schon hochhalten. **Und dann kommt natürlich noch dazu, dass es halbwegs locker und halbwegs ansprechend, jedenfalls nicht langweilig geschrieben ist. Also der Schreibstil muss dann auch dazukommen. Damit der Konsument nicht vorm PC einschläft.**

I: Welche Maßnahmen zur Qualitätssicherung ergreifen sie konkret um ihren Blog?

P08: Ich bemühe mein Hirn, das ist alles!

I: Quellen ihrer Blogeinträge sind bei ihnen ja auch das … wie kann man das bei ihnen ausdrücken? Ist es das Medium?

P08: **Die Quellen sind das Pressearchiv und mein Gedächtnis.**

I: Das heißt im Prinzip setzen sie keine Links auf Print-Artikel?

P08: **Nur auf meine eigenen*. Ich bin in der Hinsicht egoistisch und erinnere daran, dass ich ja schließlich das Versprechen halte, die „Marke Ich", sei damit ausbaufähig. Und da ich ja auch gutgläubig bin, glaube ich an dieses Versprechen und arbeite jetzt am Ausbau der Marke Ich.**

I: Was sind die Kriterien der Themenauswahl am Blog?

P08: **Ich versuche herauszufinden, welche Themen die Leute einerseits reizen*** und andererseits müssen es auch Themen sein, zu denen gerade ich etwas zu sagen habe. Es könnte ja sein, ich erkenne ein bestimmtes Reizthema, wie ich es nenne, muss aber zugestehen dass ich zu diesem Thema nichts sagen kann weil mir das Verständnis dafür fehlt, dann lasse ich es bleiben. **Einerseits nehme ich es als Reizthema wahr und glaube auch, dass ich mit meinen Kenntnissen etwas zu diesem Thema sagen kann.**

I: Wenn sie zum Beispiel einen Eintrag im Blog veröffentlichen und nach der Veröffentlichung einen Fehler entdecken, würden sie diesen beheben, würden sie darauf hinweisen, dass das ein Fehler ist, wie würden sie damit umgehen?

P08: Es kommt darauf an, was das für ein Fehler ist. Wenn das ein Schreibfehler ist, dann behebe ich das ganz dezent. Wenn es ein Sinn-Störender Fehler ist, auf den eventuell schon ein Leser aufmerksam macht, muss ich mich dem stellen, dann muss ich das korrigieren. Dann muss ich sagen, das war ein Fehler. Ich kann das dann nicht einfach stillschweigend umändern.

I: Gab es das schon einmal, dass jemand bei einem Eintrag etwas gepostet hat, dass sie etwas vergessen hätten oder dass derjenige den Zusammenhang nicht ganz verstanden hat?

P08: Das weiß ich nicht. Immer wenn jemand sagt, in einer Aufzählung müsste man auch das noch anführen, dann heißt das nicht sofort, dass ich das vergessen habe. Vielleicht habe ich das dann auch nicht für richtig gehalten. In diesem Fall sollte man dem Leser schreiben oder im nächsten Blog (Anm.: Eintrag) darauf eingehen oder hoffen, aber da schreibt man die Verantwortung ab, dass ein anderer Leser darauf eingeht. Das ist, glaube ich, das Problem, dass man irgendwo diejenigen die jetzt Kommentare schreiben, nicht in der Luft hängen

lassen sollte. Aber trotzdem; wünschenswert wäre es für mich, wenn die sich untereinander streiten, wovon ich dann auch wieder etwas habe. Ich kann nicht auf jeden einzelnen Kommentar eingehen, das will ich auch nicht. Ich will mich nicht dauernd einmischen. Aber wenn das ein großes Thema ist, dann mache ich auch wieder was zu dem Thema. Einfach einen neuen Blogeintrag wieder. Ich kommentiere nicht jeden einzelnen Kommentar, sondern schaue ob etwas interessant ist, da kriege ich Hinweise, das ist anscheinend wirklich ein Thema das die Leute interessiert und noch zum selben Thema gleich einige Tage später einen neuen Blog (Anm.: Eintrag). Nicht dass ich mich da verzettele und dann mit denen mitkommentiere. Das möchte ich nicht. Das muss ich auch sagen; da habe ich auch nicht die Zeit dazu. Es dreht sich ja auch nicht alles plötzlich um diesen Blog. Sie müssen bedenken, ich bin ein vollbeschäftigter, tagesaktueller Print-Journalist und mache diesen Blog nebenbei also das fließt natürlich ein.

I: In Hinblick auf journalistische Qualitätskriterien: Ich hab jetzt mal ein paar aufgeschrieben, die man immer wieder hört. Das soll jetzt keine Verallgemeinerung sein, ich würde sie nur bitten, dass sie mir zu den Einzelnen sagen, ob sie ihrer Meinung nach in Journalisten-Blogs angewendet werden, bzw. welche angewendet werden oder welche nicht.

P08: Insgesamt, ob ich glaube, dass sie insgesamt angewendet werden?

I: Ja, ob sie insgesamt angewendet werden. Aber auch bei Ihnen?

P08: Also soll ich das Punkt für Punkt durchgehen?

I: Ja, bitte…

P08: Unabhängigkeit, Sorgfalt und Wahrhaftigkeit, ob ich das insgesamt in Journalistenblogs finde? Nein, Sorgfalt danach muss man suchen, in einigen finde ich es aber in einigen auch nicht. Das ist jetzt schwer zu beantworten. Unabhängigkeit schon. Wahrhaftigkeit auch eher nicht aber es wird auch unsorgfältige Journalistenblogs geben, was ich dann auch gar nicht nachprüfen kann.

I: Das ist jetzt sehr interpretativ.

P08: Ja, Menschenwürde und Persönlichkeitsrechte, ja die sind in Journalistenblogs schon erfüllt, finde ich. Gegen die Menschenwürde, habe ich noch keinen gelesen. Recherche und Gewichtung der Themenauswahl ist auch gegeben. Sicherheit vor Schnelligkeit, was heißt Sicherheit? Faktenübermittlung?

I: Genau. Naja der Blog bietet quasi die Möglichkeit …

P08: Details zulassen…

I: Entweder das oder genau umgekehrt. Es gibt ja auch einige Blogger die genau das versuchen. Man denke zum Beispiel an die Irak-Kriegzeit 2003, als Blogger aber Laien, keine Journalisten, von den Geschehnissen dort berichtet haben. Deswegen meine ich es bietet die Möglichkeit schneller zu sein, für Laien und für Journalisten als das eigene Medium weil das Thema oder der Artikel dann ja erst am nächsten Tag erscheint und deswegen wollte ich von ihnen wissen ob sie eher auf Sicherheit erbauen oder ob die Schnelligkeit ihrer Meinung nach wichtiger ist.

P08: Also ich auf Sicherheit, also wie sie jetzt selber besser erklären als ich. Je nachdem wer das macht also unter welchen Bedingungen. Bei anderen, je nach Rahmenbedingungen eben nicht. Informantenschutz würde ich schon sagen. Bei mir weiß ich es, bei anderen würde ich es annehmen. Handwerklich saubere Recherche, ja das ist jetzt ein Blog, das kann jetzt schon ein bisschen ungenauer sein. Wer jetzt wirklich glasklare Fakten will, geht der in einen Blog, traut der das einem Blog zu? Ich weiß es nicht. Da bin ich eher vorsichtig. Wenn ich handwerklich sauber recherchiere, schreibe ich einen Blog für die Zeitung. Trennung von Fakten und Meinungen ist überhaupt nicht gegeben, das interessiert mich auch überhaupt nicht, dass ich politisch korrekt bin. Ich will auch die Freiheit haben, das durcheinander zu werfen. Diese Freiheit nehme ich mir, das kann ich eh nirgends anders. Kontrolle und Korrektur der Einträge, wird es geben. Dazu kann ich nicht viel sagen, weil ich nicht weiß wie genau die anderen sind. Also wie gesagt; wenn ein einfacher Fehler passiert ist, dann korrigiere ich den jedenfalls.

I: In Hinblick auf ethische Prinzipien: Spielen in Wien Journalistenblogs eine Rolle?

P08: Ja, ich würde doch sagen, ja.

I: Können sie hier ein Beispiel nennen?

P08: Nein, ich glaube allgemein nicht, dass man im Blog plötzlich unethisch wird. Ich habe das noch nicht gesehen.

I: Warum ich das frage: Seit einiger Zeit kursieren im Netz Vorschläge für einen „Bloggers' Code of Ethics", wie er genannt wird, von Blogger für Blogger…

P08: Ja aber ich wollte gerade sagen, wir reden jetzt von Journalistenblogs. Es gibt unendlich viele ganz fragwürdige Blogs auf der ganzen Welt, von denen kann ich nichts sagen. Dass die natürlich unethisch und weiß Gott was noch alles sind und zum Teil noch kriminell. Ich rede jetzt von seriösen Journalistenblogs.

I: Eben und deshalb wollte ich sie fragen was sie von einer solchen freien Selbstkontrolle?

P08: Ja, soll mir recht sein, die würde ich bestehen. Da habe ich nichts zu befürchten.

I: Haben sie davon schon gehört, von diesem Ethik-Kodex?

P08: Ja, aber es liegt doch auf der Hand, dass diese Überlegungen gemacht werden, dass diese Überlegungen angestellt werden.

I: Sollte der jetzt wirklich eingehalten werden müssen? Sollte der irgendwie rechtlich dargelegt werden?

P08: Nein, finde ich nicht. Ich glaube, das ist auch gar nicht möglich.

I: Wenn ein Blogger gegen die Vorschriften verstößt, sagen wir er blogt wirklich absichtlich eine Falschmeldung. Was halten sie dann von Sanktionierungen?

P08: Das kommt darauf an, was er falsch meldet. Es kommt immer auf die Konsequenzen an und auf das Thema. Wenn er falsch meldet, es gibt nächste Woche einen Bombenanschlag auf Wien, wird man sich sicher, sollte man ihn verfolgen, meines Erachtens. Wenn er falsch

meldet, dass der Weltrekord im Kirschkernweitspucken 60m ist und in Wirklichkeit ist er 59m dann ist das glatt falsch aber es ist mir ganz egal. Kommt auf die Auswirkungen an.

I: Verstehe. Sie haben ja gemeint, sie lesen Weblogs, die von Laien geschrieben werden, von Nicht-Journalisten. Könnte man speziell in Blogs die Handlungsweisen von Journalisten und „normalen“ Bloggern vergleichen?

P08: In Blogs?

I: Ja.

P08: Wie meinen sie?

I: Wie sie mit Themen umgehen. Wie würden sie die Handlungsweisen vergleichen? Setzen sie Links? Legen sie die Quellen offen?

P08: Nicht-journalistische Blogger meinen sie?

I: Ja.

P08: Schon, würde ich schon auch sagen, doch. Mal so, mal so.

I: Jetzt kommen dazu in welchem Umfang Weblogs bereits Quelle und Mittel journalistischer Berichterstattung geworden sind. Und zwar hätte ich davor gerne von ihnen gewusst zu welchen Zwecken nutzen sie die Weblogs anderer Personen?

P08: Also bei mir ist es keine Recherche-Quelle. Mich interessiert bei bestimmten Leuten die ich auch kenne, was die schreiben.

I: Das heißt der soziale Aspekt. Auch der Spaßfaktor?

P08: Ja der auch. Was schreibt der jetzt zu dem? Was macht er überhaupt und wie macht er es? Wie legt er es an, wie sieht es aus? Neugierde, Interesse. Aber das ich jetzt sage, ah so ist das also, als interessante Recherche-Quelle nicht.

I: Kommentieren Sie Einträge, in anderen Blogs?

P08: Selten. Aber ja, kommt vor.

I: Also wenn sie diese nicht als Recherche-Quelle nutzen, inspirieren sie die Themen anderer auch nicht oder kann das schon vorkommen?

P08: Das kann schon vorkommen, doch. Dann sage ich, unter der Vorraussetzung, dass das stimmt, was da steht, habe ich das dazu zu sagen. Wenn es nicht stimmt, stimmt es eben nicht. Das ist aber dann nicht meine Verantwortung sondern die des Bloggers. Aber Recherche-Quelle heißt ja, ich nehme das für bare Münze, schreibe einen eigenen Text und für diesen eigenen Text brauche ich Informationen und eine Informations-Quelle könnte ein fremder Blog sein. So ist das nicht. Das ist für mich keine Informationsquelle.

I: Würden sie behaupten, dass Weblogs zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit oder Berichterstattung geworden sind? Speziell in Österreich.

P08: Ja, das muss man wahrscheinlich bejahen. Ja, ist so.

I: Ist es so, dass die enorme Dynamik dieser Blog-Kommunikation der letzten Jahre den journalistischen Alltag beeinflussten in irgendeiner Art und Weise?

P08: Wie sie schon gesagt haben, es beeinflusst natürlich insofern, dass ich mir schon Gedanken mach, was mir für meinen Blog überhaupt noch über bleibt. Ich muss es rein vom Taktischen sehen. Auch natürlich die Zeit um das überhaupt zu machen. Zwischen journalistischem Alltag und das Bloggen von Journalisten ist selbstverständlich eine Wechselwirkung.

I: Profitieren sie persönlich von ihrem Weblog?

P08: Ich weiß es nicht. Zu mir hat mal jemand gesagt „ja, was machst du noch alles? Dort bist du aktiv, hier bist du aktiv und einen Blog hast du auch noch.“ Das ist natürlich schon eine gewisse Form von Profitieren, die aber nicht näher wahrgenommen wird oder …

I: Wertgeschätzt….

P08: Auch. Um es so zu sagen, die soziale Achtung steigt dann vielleicht. Das könnte man als Profitieren werten. Sonst, finanziell habe ich nichts davon.

I: Weil sie das jetzt gerade ansprechen, ist die Blogführung in irgendeiner Art und Weise für die hauptberufliche Tätigkeit von Nutzen?

P08: Nein.

I: Wird eigentlich viel darüber gesprochen unter den Journalisten der Presse die bloggen?

P08: Auch nicht, wobei dazu muss ich sagen, wir haben die Blogs erst seit Monaten und nicht seit Jahren. Insofern. Also da sind wir jetzt, finde ich, eher hinten. Wenn es sich besser eingefahren hat dann wird das mehr Thema sein.

I: Ist es für sie so, dass nationale Medienunternehmen in diesem Weblogbereich Nachholbedarf gegenüber anderen Ländern haben?

P08: Ja, gegenüber anderen Ländern der zivilisierten Welt möglicherweise schon. Es kommt immer auf die Beziehung zu diesen Ländern an. Oder, mit welchen Ländern vergleiche ich mich? Gegenüber manchen Ländern haben wir keinen Nachholbedarf, gegenüber Amerika wohl schon.

I: Haben wir Ihrer Meinung nach genug Journalistenblogs in Österreich?

P08: Es reicht schon, ja.

I: Haben sie schon mal erlebt das Themen die in der Blogosphäre aufgegriffen wurden, den Weg in die klassischen Medien finden?

P08: Ich kann ihnen jetzt kein Beispiel nennen aber das wird es sicher geben. Das käme durchaus an. Da stellt sich wieder die Frage, ist es eine Recherche-Quelle, nein ist es für mich

nicht. Für andere möglicherweise schon aber ein Blog kann nur auf das Thema aufmerksam machen insofern muss man ihre Frage dann bejahen. Wenn ich einen fremden Blog lese uns sage „ah zu dem Thema sollte man nun wirklich mal was für die Zeitungen schreiben“, dann hat der Blog diese Wirkung gehabt. Aber noch einmal: Der Blog ist für mich keine Informations-Quelle. Er ist vielleicht Themenlieferant, der mich möglicherweise auf ein Thema bringt, das ich aufgreife und zu dem ich dann selber recherchiere.

I: Wie würden sie den Einfluss den Weblogs heutzutage auf Journalisten und ihre Medien haben beschreiben?

P08: Ich würde sagen, diese Blogs haben natürlich gewisse Einflüsse eben dadurch wenn man sich Blogs ansieht, Themen findet. Man sieht ja welche Gedanken sich Andere gemacht haben oder was Andere bewegt. Da kristallisieren sich dann Themen heraus, die auch für die Öffentlichkeit natürlich sehr interessant sind. So gesehen, wie haben sie die Frage formuliert, so gesehen hat das natürlich Einfluss.

I: Glauben Sie, dass der Grund für das wachsende Interesse an Blogs an der Unzufriedenheit vieler Menschen mit traditionellen Medien liegt?

P08: Nein, da sehe ich keinen Zusammenhang.

I: Können Sie das begründen?

P08: Ja, weil die Blogs einfach keine traditionellen Medien sind und jemand der mit einem traditionellen Medium unzufrieden ist, der wendet sich ab oder versucht das traditionelle Medium zu beeinflussen. Ich glaube nicht dass jemand sagt, die Zeitung ist mir zu blöd und zu fad und dann geht er auf die Homepage derselben Zeitung und liest sich die Blogs durch, das glaube ich nicht. Somit verneine ich die Frage.

I: Sind Weblogs als eine Gefahr für klassische Medien zu verstehen?

P08: Nein, warum? Das glaube ich nicht!

I: Warum nicht? Glauben sie dass Vertrauen an Medienmarken da auch ein Grund dafür sein kann, dass sich die Leser noch lange nicht abwenden werden, wenn sie sich überhaupt irgendwann abwenden?

P08: Ja natürlich. Ich müsste ja dann zunächst einmal sagen, wieso macht die Presse und wieso machen andere Zeitungen eine Homepage? Das ist ja mörderisch, nicht? Ich verkaufe die Presse um teure 1,50€ und stelle den Vollinhalt und darüber hinausgehende Texte gratis ins Internet. Wieso macht man das? Man will doch die Zeitung verkaufen! Im Internet wird sie verschenkt. Auch die Onlineausgabe der Presse hat noch nicht zum Niedergang der Printausgabe geführt umso weniger ein Blog.

I: Glauben sie dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die Entwicklung von Journalistenblogs hat oder hatte?

P08: Ich verstehe die Frage nicht, was ist die Mediensituation?

I: Naja, ich hätte das so gesehen, die Medienkonzentration, unsere Situation in Österreich…

P08: Nein, das glaube ich nicht, so direkt. Es wird so Blogs geben, die sich mit der Medienkonzentration beschäftigen und die kritisieren aber weil es diese Medienkonzentration gibt, deswegen fängt einer zu bloggen an, das glaube ich nicht.

I: Jetzt umgekehrt eigentlich gemeint. Weil wir doch für ein Land mit einer… ich sehe das ein bisschen statistisch muss ich auch zugeben. Es ist einfach so, dass wir sehr wenige Blogs haben, von Journalisten in Österreich im Vergleich zu, wie viel haben wir, 7000 ungefähr, Journalisten im Land im Vergleich zu den Deutschen, wiederum verteilt auf die Medien und auf die Blogs. Da gibt es einfach relativ wenig. Deswegen habe ich gefragt ob die Konzentration etwas damit zu tun haben könnte, dass es so wenige gibt.

P08: Es gibt nur wenige Zeitungen also gibt es wenige Blogs. Nein, das glaube ich nicht. Und die großen Zeitungen und die großen Konzentrationen könnten viele Blogger hervorbringen. Ich vermute es nicht. Da habe ich kein Wissen aber ich glaube es nicht. Rein vom Verstand her, wenn ich sage, ganz übertrieben, das Land gehört nur noch 2 oder 3 Zeitungen. Wenn ich sage, ein Weblog ist doch etwas mit dem man sich selber auch ein bisschen in den

Mittelpunkt rücken kann, dann ist dieses Bedürfnis doch bei den Vertretern dieser wenigen Zeitungen genauso gegeben. Ich könnte in einem Land mit nur 2 Zeitungen genauso viele Blogger finden wie in einem Land mit 10 Zeitungen, denn die Anzahl der Köpfe ist ja gleich. Und diejenigen die sagen, ich habe etwas mitzuteilen oder ich bin so eitel, dass ich einen Blog mache oder ich finde es einfach interessant, ich will die Möglichkeit nützen etwas weiterzugeben, diese Bedürfnis habe ich ja auch, wenn die Individuen nur bei wenigen Zeitungen beschäftigt sind. Eine Zeitung wie die Kronenzeitung, die hat dementsprechend viele Leute, die machen ja nicht mit einer Miniredaktion eine so große Zeitung, die das ganze Land, sozusagen in Atem hält, das geht ja nicht. Die Kronenzeitung hat in allen Bundesländern Redaktionen, hat sehr viele Mitarbeiter. Da muss es Leute geben, die sagen, ich mache einen Blog. Möglicherweise dann halt außerhalb der Zeitung. Die Frage ist ja, hat ein Land, was ich bestreite, hat ein Land mit großer Medienkonzentration weniger Journalisten als ein Land mit vielen Medien? Wenn ich in einem Land, was weiß ich, 100.000 Medien, dann ist das einzelne Medium ja derart klein und hat derart wenige Konsumenten, dass ich mir nicht vorstellen kann, dass ein so ein Miniaturmedium eine große Mannschaft hat, sondern eine Minimannschaft. Ich habe ja nicht 100.000 Medien und in jedem Medium habe ich riesige Redaktionen, das ist ja unmöglich. Aber wenn ich eine Riesenredaktion habe, die das ganze Land frisst, dann habe ich alle Reihen in dieser Riesenredaktion vereinigt. Ich kann ja nicht eine Rieseredaktion die das Land versorgt, mit Nachrichten und zwar sättigt, mit 2 Leuten betreiben. Wenn Nachrichtenagenturen, wie zum Beispiel in China verstaatlicht werden, die nenne ich dann gar nicht mehr Journalisten, von so etwas rede ich jetzt nicht. Aber Vergleich Österreich-Deutschland, würde mich interessieren. Gibt es in Deutschland mehr Journalisten im Vergleich zu den Einwohnern?

I: Gute Frage! Ja, das kann ich ihnen herausfinden... Die letzte Frage jetzt: Ganz allgemein, welche Erwartungen haben sie im Hinblick auf die Zukunft in diesem Weblog- Phänomen.

P08: Ich glaube es wird noch viel größer werden. Sie schreiben eine Diplomarbeit, die Zukunft hat.

SAMMLUNG DER PROTOKOLLE DER NEBENHANDLUNGEN

Allgemeine Informationen

Zuerst soll festgehalten werden, dass von jedem Interview zwei Transkriptionsversionen vorhanden sind. Die erste Version besteht aus der Transkription inklusive Pausen, sprachlichen Betonungen und anderen sprachlichen Reaktionen. Die zweite Version besteht lediglich aus dem transkribierten Text, welcher der Analyse unterzogen wird. In dieser Version sind jene Stellen markiert, die die Fundstellen im Material bezeichnen. Außerdem wurde zur Bildung von Codes eine Zeilennummerierung vorgenommen. Es wurde vorgezogen, die beiden Versionen in getrennter Form darzustellen. Einerseits dienen sprachliche Äußerungen oder Laute, wie auch die Art der Betonung der Nachvollziehbarkeit eines Gespräches. Diese sind jedoch, da die Analyse am Material, demnach am Text selbst vollzogen wird, wegzulassen, da sie für den Text allgemein irrelevant erscheinen und keine psychologische Analyse durchgeführt wurde. Somit konnten beide Anforderungen erfüllt werden und die Analyse am Text selbst ohne Störungen vorgenommen werden. Des Weiteren soll erwähnt werden, dass die gesprochenen Worte werden in ein normales Schriftdeutsch übertragen wurden, der Dialekt wurde ins Hochdeutsche übersetzt.

Postskript für das Interview: Fall A

Gesprächspartnerin: P01

Alter: 32

Geschlecht: weiblich

Ort: Redaktion

Interviewtag u. -zeitraum: 3.7. 2008; 10.00 Uhr

Audioaufnahme: ja

Länge des Gesprächs (in Minuten): 55:32

Inhalte der Gespräche vor und nach dem Einschalten des Aufnahmegerätes: Vor dem Interview wurde die Probandin thematisch auf das Interview vorbereitet. Es wurde wie im vorangegangenen E-Mail auf die thematischen Schwerpunkte und die etwaige Dauer hingewiesen. Vor dem Gespräch wurde kurz über die Inhalte des Weblogs der Probandin diskutiert. Nach dem Gespräch wurde generell über Weblogs und deren Nutzen allgemein, die Ausbildung und über die berufliche Laufbahn der Probandin gesprochen.

Nonverbale Reaktionen: Schon nach der Begrüßung war starke gegenseitige Sympathie der Gesprächspartnerinnen feststellbar. Während des Gespräches wurde oft gelacht.

Prägnante Charakterzüge: Aufgeschlossenheit, Interesse am Thema und an neuen Medien allgemein, Wissbegierde, Freundlichkeit, Bestreben das Wissen zu bekunden. Die Gesprächspartnerin ist

darauf bedacht nichts Falsches zu sagen, sie argumentiert eher ruhig, manchmal auch wertend und ist sehr von ihrem Wissen überzeugt.

Störungen des Gesprächs: keine

Anwesenheit Dritter: Da das Gespräch in der Kantine der Redaktion stattfand, waren immer wieder Menschen im Raum. Manche saßen auf anderen Tischen und führten Gespräche, während sich andere Getränke aus den Automaten holten.

Gesprächsverlauf: Der Gesprächsverlauf war eher ruhig, gelassen und fließend. Die Interviewte ging sehr direkt auf die Fragen ein und verwendete oft Beispiele zur Veranschaulichung von Wissen und Erfahrungen. Manchmal schienen die Antworten aufgrund der Formulierungen einstudiert, wobei dies auf ihrem Wissen und der Beschäftigung mit dem Thema basieren könnte.

Sonstiges: Bei der Probandin war spürbar, dass sich diese intensiv mit Weblogs und neuen Medien auseinandersetzt und dass diese großes Interesse an dem Thema der Magisterarbeit hat.

Postskript für das Interview: Fall B

Gesprächspartner: P02

Alter: 27

Geschlecht: männlich

Ort: Cafè Rochus, Rochusmarkt, 1030 Wien

Interviewtag u. -zeitraum: 13. Juni 2008; 14.30 Uhr

Audioaufnahme: ja

Länge des Gesprächs (in Minuten): 40:27

Inhalte der Gespräche vor und nach dem Einschalten des Aufnahmegerätes: Vor dem Interview wurde der Proband thematisch auf das Interview vorbereitet. Es wurde wie im vorangegangenen E-Mail auf die thematischen Schwerpunkte und die etwaige Dauer hingewiesen. Erst nach dem Gespräch lernten sich die Gesprächspartner besser kennen und sprachen über ihr Studium und persönliche Agenden.

Nonverbale Reaktionen: Es war beiderseitige Sympathie im Laufe des Gesprächs spürbar.

Prägnante Charakterzüge: Der Interviewter war aufgeschlossen, freundlich und teilweise zynisch. Er sprach sehr schnell, wusste über das, was er von sich gab, Bescheid. Er ist leidenschaftlicher Blogger, ehrlich und hält nichts zurück.

Störungen des Gesprächs: keine

Anwesenheit Dritter: Da das Interview in einem Cafè stattfand, saßen an anderen Tischen Personen, die sich unterhielten.

Gesprächsverlauf: Der Gesprächsverlauf war generell relativ flüssig, die Gesprächsbasis war vorhanden. In jenen Fällen, wo es zu Verständnisproblemen bei gewissen Fragen kam, gab es seinerseits auch Rückfragen.

Sonstiges: Der Interviewpartner machte den Eindruck sehr viel Vergnügen an dem Thema, welches er in seinem Weblog behandelt, zu haben.

Postskript für das Interview: Fall C

Gesprächspartner: P03

Alter: 50

Geschlecht: männlich

Ort: Redaktion

Interviewtag u. -zeitraum: 9.Juni 2008; 10.00 Uhr

Audioaufnahme: ja

Länge des Gesprächs (in Minuten): 28:03

Inhalte der Gespräche vor und nach dem Einschalten des Aufnahmegerätes: Vor dem Interview wurde der Proband thematisch auf das Interview vorbereitet. Es wurde wie im vorangegangenen E-Mail auf die thematischen Schwerpunkte und die etwaige Dauer hingewiesen. Vor der Zusage zum Interview nahm der Interviewte per Telefon Kontakt mit der Interviewerin auf und informierte sich zum Interview und zu den Schwerpunkten desselben. Nach dem Gespräch bekundete der Interviewte sein Interesse, die Arbeit nach Fertigstellung zugeschickt zu bekommen.

Nonverbale Reaktionen: Die Gesprächssituation war distanziert und freundlich. Es wurden keine auffälligen nonverbalen Reaktionen vermittelt.

Prägnante Charakterzüge: Der Interviewte fungierte als kompetenter „Wissensgeber", zeugte von starkem Interesse am Thema, besonders da es neu für ihn ist. Das Gespräch war von Gelassenheit und Korrektheit geprägt. Der Interviewte formulierte oft gut durchdachte Aussagen und legte auf aussagekräftige Antworten Wert.

Störungen des Gesprächs: keine

Anwesenheit Dritter: nein

Gesprächsverlauf: Der Gesprächsverlauf war flüssig, ruhig und angenehm. Da er ein „klarer Antwortgeber" ist, hatte das Interview eine gute Gesprächsbasis.

Postskript für das Interview: Fall D

Gesprächspartner: P04

Alter: 51

Geschlecht: männlich

Ort: Redaktion

Interviewtag u. -zeitraum: 18. Juni 2008; 15.00 Uhr

Audioaufnahme: ja

Länge des Gesprächs (in Minuten): 21:39

Inhalte der Gespräche vor und nach dem Einschalten des Aufnahmegerätes: Vor dem Interview wurde der Proband thematisch auf das Interview vorbereitet. Es wurde wie im vorangegangenen E-Mail auf die thematischen Schwerpunkte und die etwaige Dauer hingewiesen.

Nonverbale Reaktionen: Nervosität des Interviewten.

Prägnante Charakterzüge: Der Interviewte machte den Eindruck gestresst und auf das Thema wenig vorbereitet, obwohl er im E-Mail Kontakt sein Interesse als einer der ersten bekundete und sofort für ein Interview zur Verfügung stand. Er wirkte unruhig, abwesend und desinteressiert. Trotzdem wurde dies von einer Art Überheblichkeit überspielt.

Störungen des Gesprächs: Unruhe, Stress

Anwesenheit Dritter: Da das Interview in einem offenen Raum der Redaktion stattfand, gingen zwei Personen vorbei. Eine Person fragte den Interviewten kurz etwas Organisatorisches und wies ihn auf eine anstehende Besprechung hin.

Gesprächsverlauf: Der Gesprächsverlauf war von einer gestressten, unruhigen Stimmung geprägt. Es kam im Laufe des Interviews keine Gesprächsbasis zustande, deshalb war es ein eher einseitiges Gespräch, welches von Abwesenheit gekennzeichnet war. Noch im E-Mail Kontakt hatte man das Gefühl der Interviewte würde sich sehr für das Thema interessieren, gerne an dem Interview teilnehmen und sich genügend Zeit nehmen. Dies war beim Interview selbst nicht der Fall. Er wirkte aufgrund einer anstehenden Besprechung nervös und versuchte das Interview möglichst rasch zu beenden.

Postskript für Interview: Fall E

Gesprächspartner: P05

Alter: 35

Geschlecht: männlich

Ort: Redaktion

Interviewtag u. -zeitraum: 19.6. 2008; 10.00 Uhr

Audioaufnahme: ja

Länge des Gesprächs (in Minuten): 35:23

Inhalte der Gespräche vor und nach dem Einschalten des Aufnahmegerätes: Vor dem Interview wurde der Proband thematisch auf das Interview vorbereitet. Es wurde wie im vorangegangenen E-Mail auf die thematischen Schwerpunkte und die etwaige Dauer hingewiesen.

Nonverbale Reaktionen:

Prägnante Charakterzüge: Aufgeschlossenheit, umfassendes Wissen und jahrelange Erfahrung mit der Thematik.

Störungen des Gesprächs: keine

Anwesenheit Dritter: nein

Gesprächsverlauf: Das Interview fand in einem Besprechungsraum in der Redaktion statt. Der Interviewte nahm sich ausreichend Zeit, war sehr aufgeschlossen und ein angenehmer, kompetenter Gesprächspartner. Insgesamt verlief das Gespräch ruhig, wobei der Interviewte manchmal überlegte, ob er gewisse Informationen preisgeben sollte, was er dann jedoch meist vorzog.

Postskript für das Interview: Fall F

Gesprächspartnerin: P06

Alter: 42

Geschlecht: weiblich

Ort: Redaktion

Interviewtag u. -zeitraum: 23.7. 2008; 10.00 Uhr

Audioaufnahme: ja

Länge des Gesprächs (in Minuten): 31:31

Inhalte der Gespräche vor und nach dem Einschalten des Aufnahmegerätes: Vor dem Interview wurde die Probandin thematisch auf das Interview vorbereitet. Es wurde wie im vorangegangenen E-Mail auf die thematischen Schwerpunkte und die etwaige Dauer hingewiesen. Außerdem unterhielt man sich über die beiderseitige Herkunft, nach dem Gespräch über Weblogs allgemein.

Nonverbale Reaktionen:

Prägnante Charakterzüge: Freundlichkeit, Aufgeschlossenheit, mitreißende, starke Persönlichkeit. Die Gesprächspartnerin redet relativ schnell, geht nicht mit ihren Wissen hausieren, zeigt aber geschickt, dass sie sich auskennt. Es wirkt als hätte sie großes Selbstvertrauen.

Störungen des Gesprächs: keine

Anwesenheit Dritter: nein

Gesprächsverlauf: Die Gesprächsbasis war insgesamt sehr gut. Die Interviewte lachte viel und gab zum Teil sehr ehrliche und direkte Antworten. Die Stimmung war geprägt von Freundlichkeit und einer lustigen Atmosphäre.

Postskript für das Interview: Fall G

Gesprächspartner: P07

Alter: 44

Geschlecht: männlich

Ort: Redaktion

Interviewtag u. -zeitraum: 26. Juni 2008; 10.00 Uhr

Audioaufnahme: ja

Länge des Gesprächs (in Minuten): 64:37

Inhalte der Gespräche vor und nach dem Einschalten des Aufnahmegerätes: Vor dem Interview wurde der Proband thematisch auf das Interview vorbereitet. Es wurde wie im vorangegangenen E-Mail auf die thematischen Schwerpunkte und die etwaige Dauer hingewiesen.

Nonverbale Reaktionen: Die Mimik und Gestik des Interviewten spiegelte Überheblichkeit wider.

Prägnante Charakterzüge: Der Interviewte wirkte zum Teil überheblich, zum Teil zugänglich. Man wusste nicht genau woran man bei ihm war und welcher Stimmung man in der nächsten Sekunde ausgesetzt war. Es schein, als hielte er sich für allwissend.
Störungen des Gesprächs: Ein Redakteur kam kurz herein und stellte dem Interviewten eine Frage. Das Telefon klingelte – kurze Pause von einer Minute.
Anwesenheit Dritter: Hereinkommender Redakteur
Gesprächsverlauf: Der Gesprächsverlauf war wechselseitig – angespannt und ruhig – und von unterschiedlichen Stimmungen des Interviewten geprägt. Er antwortete schnell und die Interviewerin häufig unterbrechend. Es war ihm wichtig am Wort zu sein. Er hat bei der Beantwortung immer sehr weit ausgeholt, die Fragen zum Teil auch unbeantwortet gelassen. Außerdem ließ er keine Zwischenfragen zu. Einerseits nahm er sich lange Zeit um über das Thema zu sprechen und versuchte sehr viel darüber zu erzählen. Oft hatte man das Gefühl, er wolle einen Monolog führen, da er auf manche Fragen sehr ausführliche Antworten gab, die sich manchmal gänzlich vom Thema weg bewegten. Des Weiteren hat er sich oftmals widersprochen. Andererseits hatte man manchmal wiederum das Gefühl, das Thema „Journalistenblogs“ ist für ihn ein „Nichtthema“, da er das auch ansprach. Insofern hat er die Interviewerin indirekt beleidigt und oftmals auch nicht wirklich mit einem Ernst die Fragen beantwortet, sondern sie nur belächelt. Er versuchte sehr viel mehr für sein Medium zu sprechen, als dies andere Journalisten taten, wobei dies vermutlich an seiner Position im Medium lag. Er war vom Thema nicht begeistert, aber sprach lange und ausführlich über seine Einschätzungen und Erfahrungen in dem Bereich. Wenn er sich bei gewissen Fragen nicht sicher war, reagierte er ausweichend und wechselte sofort das Thema. Man hatte das Gefühl, er interessiere sich mehr für das „Interviewt werden“, anstatt für die Thematik selbst.

Postskript für das Interview: Fall H

Gesprächspartner: P08
Alter: 45
Geschlecht: männlich
Ort: Redaktion
Interviewtag u. -zeitraum: 11.7. 2008; 13.00 Uhr
Audioaufnahme: ja
Länge des Gesprächs (in Minuten): 40:35
Inhalte der Gespräche vor und nach dem Einschalten des Aufnahmegerätes: Vor dem Interview überlegten sich die Gesprächspartner kurz in ein Cafè in der Nähe der Redaktion zu gehen, wobei dann durch die Notwendigkeit der Audioaufnahme darauf verzichtet wurde. Der Proband wurde anschließend thematisch auf das Interview vorbereitet. Es wurde wie im vorangegangenen E-Mail auf die thematischen Schwerpunkte und die etwaige Dauer hingewiesen. Nach dem Interview wurde noch kurz über die Zusendung der Ergebnisse der Arbeit gesprochen.

Nonverbale Reaktionen: Zurücklehnende Körperhaltung, verschränkte Arme zu Beginn des Gesprächs. Bei für den Interviewten aufregende oder interessante Themen, beugte er den Körper nach vorne und hatte eine offene, zustimmende Körperhaltung. Meistens untermauerte er die Stellungnahmen durch Gesten mit den Händen.

Prägnante Charakterzüge: Der Interviewte war aufgeschlossen, interessiert, zynisch, lustig, egoistisch und eitel – jedoch auf eine sympathische und unterhaltsame Art und Weise. Er hat sich immer ein bisschen herabgesetzt um sich noch mehr in den Vordergrund stellen zu lassen.

Störungen des Gesprächs: keine

Anwesenheit Dritter: nein

Gesprächsverlauf: Das Gespräch verlief turbulent, es basierte jedoch auf einer guten Gesprächsbasis. Der Interviewte bekundete Interesse gegenüber der Person seiner Gesprächspartnerin, ging direkt auf Fragen ein und hörte sich auch gerne Ausführungen der Interviewerin zu gewissen Themen an. Außerdem stelle er auch Gegenfragen, was das Gespräch selbst auflockerte. Er war interessiert, offen, freundlich und zugleich leicht überheblich und betonte immer wieder sein Bestreben nach dem Ausbau der „Marke Ich“. Insgesamt war das Gespräch von einer unterhaltsamen Stimmung geprägt.

INTERVIEWS INKLUSIVE PRÄGNANTE MERKMALE DES GESPRÄCHSVERLAUFS

Fall A

I: Was ist in erster Linie deine Motivation, Deine Intention ein Weblog zu schreiben?

P01: Begonnen hat das von 1 ¼ Jahren. Ich bin zusammen mit einem selbstständigen PR-Berater, der sich sehr auf dieses Social Media Thema konzentriert. Und wir haben damals gemeinsam ein Konzept für eine andere Tourismusdestination entworfen, die dann leider nicht genommen wurde. Und dann haben wir gesagt, eigentlich ist die Idee so gut, *dass wir das selbst probieren wollen*. So ist die Idee des Kärnten-Blogs entstanden, (überlegt) der zugrunde liegt, dass man die Tourismusdestination Kärnten (überlegt) und alles was man im Internet darüber erfahren kann, ergänzt durch Geheim- oder Einheimischentipps, (überlegt) Insiderinformationen oder auch Buschenschenken oder schöne Plätze festhält. Also, dass man das wirklich von unten herauf – man kann Geschichte von @unten erzählen@ – und man kann sozusagen eine Tourismusdestination von unten beleuchten. (…)

I: Das Blog ist ja kein direkter Kleine-Zeitung- Blog. Wie nahe steht aber der Blog dem Medium?

P01: *Nicht, denn ich bin ja auch nicht bei der Kleinen Zeitung angestellt*, bin ja freie Journalistin und schreibe unter anderem für die Kleine Zeitung. Eine Affinität oder ein Naheverhältnis zur Kleinen Zeitung gibt es insofern, als dass ich in der Kleinen Zeitung in der Reiseredaktion begonnen habe und dann auch in der Wirtschaftsredaktion auch viel mit Tourismusthemen speziell Kärnten betreffend gearbeitet habe und sich dadurch so eine Art (?) als freie Journalistin entwickelt hat. Aber hat nichts mit der Kleinen Zeitung **zu tun**.

I: Hat das Blog für Dich auch einen Netzwerk-Effekt?

P01: Also ich kann das für mich persönlich schon in gewisser Weise nutzen. (überlegt) Ich schreibe zum Beispiel auch fürs Alpe-Adria-Magazin oder für den Kärntner Monat (...). *Also ich kann das einerseits in meine journalistische Arbeit hinein verwerten und andererseits meine journalistische Arbeit, das Wissen für dieses* Weblog verwenden.

I: Es hört sich so an, als wären das eher persönliche Gründe aus denen du bloggst, oder gibt es auch berufliche?

P01: Ja, *es war natürlich für mich jetzt auch eine Experimentiermöglichkeit.* Journalismus geht immer mehr in den Online-Bereich und immer mehr Felder tun sich da auf. Also ist für mich natürlich interessant die Herangehensweise zu lernen**,** (überlegt) **auch mir das Technische anzueignen**. Also wie man gewisse Dinge verlinkt und Files hineinstellt, (gelangweilt) das muss man sich ja auch mal genau anschauen. Wir arbeiten auf WordPress und da muss man sich anfangs auch einmal irgendwie zurecht finden. (lange Pause) Das Tolle am Weblog ist, dass man dadurch wirklich messen kann, welche Geschichten zum Beispiel gut sind, welche überhaupt nicht ziehen. Das ist natürlich auch interessant, weil man darauf auch Feedback bekommt.

I: Und welchen Stellenwert nimmt das Bloggen in deinem Tagesablauf ein?

P01: Momentan steht der Weblog, weil wir beide im Juni irrsinnig viel zu tun hatten, es gibt immer wieder Phasen wo weniger passiert oder Phasen wo mehr passiert. (überlegt) Wir legen sehr großen Wert darauf (…), weil das was wir dort empfehlen, das sollen nur Positivbeispiele sein. *Negativbeispiele haben wir von Anfang an heraus geklammert.* Außerdem legen wir großen Wert darauf, dass wir das selbst anschauen oder besuchen, und deshalb ist das oft sehr (langgezogen) zeitabhängig und muss sich mit der Freizeitgestaltung vereinbaren lassen. (…) Also das ist demnach nicht immer gleich, wir erlegen uns da eigentlich auch keinen Druck auf, also wir versuchen es *zumindest nicht*.

I: Hast Du mit dem Bloggen bereits negative Erfahrungen gemacht?

P01: (überlegt) Wenn man einen Kärnten-Blog führt, dann wird man insofern angreifbar, weil Kärnten natürlich dieses „braune" Haider-Image hat, also es ist einfach so dass es Leute gibt, die das sofort in eine politische Ecke drängen. Und da haben wir schon einmal ein richtig giftiges Kommentar gehabt, warum wir überhaupt Kärnten ein Blog widmen, und das sei langweilig und Kärnten ist fad, braun und doof. Und dann hast es sich @herausgestellt@, dass dieser Kommentator dann eigentlich selbst ein Kärnten-Blog eröffnen wollte, er hat dann allerdings www.kärnten-blog.at gemacht und wollte das eher von einer politischen Seite her aufziehen und Kärnten als das *nationalsozialistische* Kernland darstellen. Und dann hat er wahrscheinlich irgendwann @ in Google unseren Kärnten-Blog@ gefunden.

I: Wie wichtig ist Dir der Austausch mit den Lesern?

P01: Also wir haben es uns zum Ziel gemacht, dass wir jeden Kommentar beantworten sofern er jetzt nicht nur rein „super, gefällt mir“ beinhaltet. Aber **sonst beantworten wir eigentlich jeden Kommentar**. Ansonsten haben wir noch eine (intusiastisch) Facebook-Gruppe gegründet „Kärnten-Blog“, Kärnten-Blogger, die etwa um die 20 Mitglieder momentan hat. (langgezogen) Und ich weiß jetzt nicht (kleine Pause) inwiefern das jetzt in Kontakt treten ist, das würde eher unter Blog-Marketing fallen, denn wir versuchen schon auf diversen Plattformen unsere Spuren zu hinterlassen. Und auch Kommentare auf anderen Destinationsblogs auf eine Art zu *hinterlassen*.

I: Gibt es in Hinblick darauf auch Leser, die Dir ein E-Mail schreiben?

P01: Ja, **E-Mails gibt es auch**, vor allem wenn es darum geht, dass **uns Leser weitere Tipps zukommen lassen**, weil sie uns sagen, dass irgendetwas total nett ist, dass wir uns das anschauen sollten, dann passiert das meistens über E-Mail. Und das kommt dann auch in den *Blog*. […]

I: Gibt es eine Mission, die Du als Bloggerin verfolgst?

P01: (lange Pause) Nein, *die Mission ist reines Eigeninteresse*. Also mir die Skills anzueignen, dieses ganze System verstehen zu lernen. Und mir war wichtig, dass ich dann nicht irgendein tagebuchartiges Blog aufziehe, weil mir gehen da recht bald die Themen aus. Als Journalist ist man natürlich darauf getrimmt, über irgendetwas zu schreiben, aber nicht unbedingt über @sich selbst@. Aber da wird es auch verschiedene Typen geben. Also dieses sachbezogene Blog, dieses über etwas Schreiben ist mir lieber *als über mich selbst zu schreiben*. […]

I: Welche Rolle spielt Deiner Meinung nach Qualität in Weblogs von österreichischen Journalisten?

P01: *Eine große Rolle*. Ich denke Journalisten sind **gut** darauf geschult, irgendeinen „**Trash**“ von etwas zu unterschieden, dass auch wirklich Inhalt hat. Man kann sicher auch *aus Seiten, wo jemand über sich selbst schreibt*, irgendwelche interessanten Tendenzen auflesen. Aber ich denke mir Journalisten wissen das sehr bald wenn sie sich ein bisschen mit der Materie beschäftigen zu unterscheiden was (überlegt) Qualität ist und was nicht. (kurze Pause) Ich kenne zum Beispiel eine Bloggerin, die hat es sich zur Maxime gemacht mindestens jeden Tag einen Post zu schrieben. Das ist auch eine Destinationsbloggerin. Da kommt dann halt auch oft Mist raus, weil man hat nicht jeden Tag die (?) Also ich glaube Journalisten haben da

ein sehr gut geschultes Auge zu unterschieden, was wirklich Content ist, der irgendetwas transportiert oder was es eben nicht ist.

I: Welche journalistischen Darstellungsformen entsprechen Blog- Beiträgen am ehesten?

P01: (kurze Pause)Es ist schon gefärbt, also es ist schon sehr subjektiv meistens. Ich denke das ist auch ein Merkmal von *Blogs*. Also der Kommentar, aber natürlich gemischt mit (überlegt) Fakten.

I: Liest Du Weblogs von Nicht-Journalisten?

P01: Ich lese Weblogs von anderen Journalisten und ich lese auch *Weblogs von Nicht-Journalisten*.

I: Wie beurteilst Du die Leistungen von Journalisten im Vergleich zu nicht-journalistischen Bloggern? Lassen sich in Hinblick auf Qualität Unterschiede erkennen? (Lachen)

P01: Ich glaube, dass **Journalisten meistens mehr Themen-fokussiert schreiben**, (umblättert) dass Journalisten sich wirklich die Mühe machen die Auswahl am Blog zu bewegen oder so zu verlinken dass sich ein größeres Bild ergibt. (lange Pause) Meiner Meinung nach neigen Journalisten sicher mehr zu Sarkasmus. (lange Pause) Ich will jetzt nicht sagen, dass Journalisten besser schreiben, weil es gibt auch so viele Nicht-Journalisten die so gut schreiben. Aber ich denke dieses Faktenbezogene, themenbezogene, recherchierte, ist schon etwas was Journalisten in ihren Blogs auszeichnet**.**

I: Wie stehst du in Hinblick auf J-Blogs zu subjektiven und parteiischen Meinungen? (…)

P01: Ich denke *ein Blog ist ja sehr viel mehr an eine Person gebunden, als irgendein herkömmliches Medium**, also als **Zeitungen, Magazine oder Radiosender* usw*. Also **das** Blog ist sehr viel personenbezogener und auch sehr viel gefärbter und auch sehr viel aus dieser Gedankenwelt und der Welt in der diese Person lebt heraus geschrieben. *Insofern ist es einfach etwas dass dieser Person in gewisser Weise auch* entspricht. Also ich denke man kann aus einem Blog sehr *viele Persönlichkeitsmerkmale herauslesen*.

I: Glaubst Du, dass speziell Journalisten aufgrund ihres Rollenselbstverständnisses Wert auf eine qualitative Berichterstattung legen?

P01: (lange Pause) Ja, da ist die Frage wie man Qualität definiert. (Lachen)

I: Weil Du gemeint hast, es kommt darauf wie man Qualität definiert. Deshalb würde ich von Dir gerne wissen: Wie würdest Du ein qualitativ hochwertiges Blog definieren? Was macht es für Dich aus? (…)

P01: Eine gewisse **Tiefe** (2-mal wiederholt) mit der man in das Thema eindringt**.** Egal ob das jetzt (überlegt) irgendwelche Rezeptseiten sind, oder Gastrogeschichten oder Techniksachen oder z.B. auch der Bild-Blog. (überlegt/lange Pause) Man geht vielleicht etwas sorgfältiger mit Inhalten um (kleine Pause) und geht tiefer auf das Thema ein. Schwer zu sagen. (überlegend) Jedenfalls bleibt es sehr viel weniger an der Oberfläche, als Blogs, die ich nicht als qualitativ hochwertig bezeichnen würde.

I: (…) Inwiefern ist Dir Qualität im eigenen Blog wichtig? Welche Maßnahmen zur Qualitätssicherung ergreifst Du konkret im Blog? Dazu gibt es ein paar Fragen, die darauf hinleiten können: Was sind die wichtigsten Quellen Deiner Einträge?

P01: Eigenes **Erlebnis**. Wenn wir vor Ort sind, dann nehmen wir immer Unterlagen mit, es liegen ja oft Flyer oder Broschüren auf, dann natürlich eine Internetrecherche. In vielen Fällen ein persönliches Gespräch mit den Personen**, z.B. Shopbesitzern oder Wirten.** (überlegt) Wir arbeiten ja auch mit Google Maps, insofern (…) was die Geo-Daten anbelangt. **In Ausnahmefällen wenn es sich einmal ergibt, hier einmal ein Blick in den Relax-Guide,** also auch in *entsprechende Literatur***.**

I: Das heißt, wenn Du Online- oder Offline- Quellen verwendest, setzt Du dann einen Link?

P01: (kurze Pause) Ja, bei Onlinequellen setze ich einen Link. Wenn ich direkt **aus Offlinequellen zitiere dann nenne ich schon die Quelle**. Wenn es irgendein allgemeines Wissen ist, dass mir im Hinterkopf herumschwirrt, kann ich die (lacht) Quelle meistens nicht mehr nennen.

I: Bringt das Thema auch Interessenskonflikte mit sich?
(…)
P01: *Nein, Interessenskonflikte gibt es bei mir eigentlich nicht*.

I: Wenn Du wichtige Informationen veröffentlichst recherchierst Du dann noch einmal nach?
(…)

P01: (lange Pause/überlegt) Ja! Jüngstes Beispiel: Wir haben *eine Geschichte geschrieben über die Katharina Schratt in Kärnten*. Und es gibt da ein Gasthaus am Längssee, (unsicher) das lange Zeit im Vorraum so eine Geschichte der Katharina Schratt hängen hatte. Wir sind dann extra hingefahren und @haben dort einen Kaffee getrunken@ und das war weg. Und da haben wir uns schon die Mühe gemacht ein bisschen herum zu fragen was da jetzt los ist ob die Geschichte nicht stimmt oder ob renoviert wurde und vergessen wurde die Geschichte wieder aufzuhängen. Und wir haben da auch bei Leuten angefragt die da öfter verkehren, was da jetzt los ist. Und es hat sich dann herausgestellt, dass es diesbezüglich einen Streit gibt und (kurze Pause) wir haben dann versucht dieses Thema elegant zu umschiffen. Weil es ist für jemanden, der von außen kommt nicht von Interesse ob die Familie da intern ein Problem *hat oder nicht*. Insofern würde ich schon sagen, wenn ich mir irgendwie unsicher bin, *dass ich irgendwoher zusätzliche Informationen herbekomme*, weil im Internet steht das dann immer bis in alle Ewigkeit und es ist immer schlecht wenn da was steht, was total falsch ist.

I: Ist es Dir schon einmal passiert, dass Du nach der Veröffentlichung eines Eintrages oder eines Artikels einen Fehler entdeckt hast. Hast Du diesen dann korrigiert oder würdest Du das tun?

P01: (kurze Pause) **Ja** das ist uns schon einmal passiert. Da hat uns dann aber eine Kommentatorin darauf aufmerksam gemacht. Wir haben nämlich eine Geschichte zum Thema „Gmünd" gemacht und haben dann einen falschen Link gesetzt**,** denn wir haben gmünd.at eingegeben und das ist eigentlich das Gmünd im Waldviertel. Und es hat uns dann jemand geantwortet, dass die Verlinkung falsch ist und wir haben geantwortet: **„***Danke für den Hinweis, wir bessern es aus*!" (unruhig) Also das sind jetzt keine schlimmen Sachen, aber das kommt dann meistens durch Kommentare ans Tageslicht wenn irgendetwas total falsch ist.

I: Ich zeige Dir nun eine Liste mit journalistischen Qualitätskriterien bzw. Grundsätzen. Kläre bitte, wie Du die Berichterstattung in Journalistenblogs in Hinblick auf diese Qualitätskriterien beurteilst.

P01: Ich gehe es mal der Reihe nach durch. **Unabhängigkeit ist gegeben,** weil wir keine Werbeeinschaltungen haben oder so etwas in der Art. (…) **Sorgfalt** (überlegt) auch. Wahrhaftigkeit (kleine Pause) ja, aber eine subjektive Wahrheit. Menschenwürde absolut, ich (Lachen) meine es liegt auch in der Natur der Ausrichtung des Blogs. Und wir würden auch nie jemanden (kleine Pause) mit Namen nennen, mit dem wir *das nicht abgesprochen haben*. Recherche, ja wie gesagt wir legen Wert darauf, dass wir das selbst machen und

recherchieren. Gewichtung der Themenauswahl: Nachdem wir das zu zweit machen kommen unterschiedliche Meinungen zu **Tage**, was wir bloggen wollen. Wir haben auch eigene Listen was wir bloggen könnten und da reden wir drüber – ist das ein Tipp oder ist das keiner. Ich meine jetzt zum Beispiel am Sonntag waren wir Essen in einem **Fischgasthof**, den wir vom vorigen Jahr noch in sehr guter Erinnerung hatten und wir sind wirklich hin auch mit der Kamera um das als Tipp zu bringen, dann war das aber so mies, dass wir gesagt haben, das können wir nicht empfehlen. Also die Gewichtung der Themenauswahl ist glaube ich gegeben. Sicherheit vor Schnelligkeit: Ja, wir müssen ja nicht täglich am Blog was schreiben oder auch nicht wöchentlich. (…) Informantenschutz fällt hier eigentlich weg, weil wir ja niemandem weh tun. Handwerklich saubere Recherche ist glaube ich eh schon besprochen, ist in diesem Fall gegeben. Trennung von Fakten und Meinungen: Das ist halt so eine Geschichte, da muss man glaube ich als Leser genauer hinschauen, wo ist von Fakten die Rede und wo ist von der Meinung die Rede. Also das ist sicher ein Thema, das ist ein bisschen anders als im Journalismus denke ich. Kontrolle und Korrektur der Einträge: *Ist jetzt auch sicher nicht so happig* wie zum Beispiel in einem normalen Print-Produkt wo es auch einen Korrektor gibt. In einem Blog-Post kommen ja auch manchmal Rechtschreibfehler vor oder. (überlegt) Also die beiden letzten Punkte sind in Blogs allgemein, oder auch in unserem Beispiel (überlegt) ein bisschen anders, als in einem normalen journalistischen Beispiel.

I: Welche Rolle spielen ethische Prinzipien in Journalisten-Blogs?
P01: Sie spielen durchaus eine Rolle. Es gibt natürlich auch Blogs wie der von Don Alphonso, der ja über alles @drüberfährt@, *was ihm irgendwie im Weg steht*. Kann man so allgemein nicht sagen, ich glaube einige leben sich da irgendwie aus. Die nehmen sich ja alles raus was im normalen Redaktionsalltag halt @nicht so möglich ist@ (Lachen). Aber in unserem Fall spielt das keine Rolle.

I: Seit einiger Zeit kursieren im Netz Vorschläge für einen „Ethik-Kodex“ von Bloggern für Blogger. Was hälst Du von dieser freiwilligen Selbstkontrolle?

P01: Ja, davon habe ich am Rande schon *einmal gehört*. Ich halte davon sehr viel und ich denke das lässt sich in der Blogosphäre (überlegt)– das ist so ein eigener Bereich der sich eigentlich selbst reguliert – auf lange Zeit durchsetzen, indem man jemanden aus der Blogroll kickt oder diesen Blog auch einfach nicht mehr liest. Also das ist eine sich selbst regulierende Geschichte und ich (bestimmt) halte sehr viel davon**.** Weil es ist heutzutage sehr leicht jemanden über Internet im Google-Ranking sehr weit oben eines *„drüber zu ziehen“*. Wenn man die Mechanismen dahinter versteht, ist es eigentlich etwas sehr gefährliches was die digitale Reputation angeht. Ich glaube das der „Blogger’s Code of Ethics“ umsetzbar ist, zwar

nicht bis in den hintersten Winkel, aber so als Mainstream-Signal oder als Mainstream-Erscheinung ja. *Es gibt das jetzt und ich glaube*, dass die meisten dazu bereit sind sich daran zu halten. Die wenigen die sich nicht daran halten, *stehen vielleicht ein bisschen im „Out“*.

I: Wenn ein Blogger, unabhängig davon ob dieser Journalist ist oder nicht gegen Vorschriften verstößt, (…) was hälst Du dann von Sanktionierungen gegen diese Person?

P01: *Das Problem ist dass alle bloggen und keiner weiß wie eigentlich die* (überlegt) *rechtlichen Rahmenbedingungen dahinter ausschauen*. Es ist natürlich einfach ein Blog zu melden (kurze Pause) und derjenige bessert das einfach aus und das ist vielleicht nicht einmal das was vielleicht **meldenswert gewesen wäre**. Dadurch dass das so schnell ist und so leicht bearbeitbar ist ein bisschen schwerer zu erwischen, wenn da jemand was falsches schreibt. (…) Also ich bin auf alle Fälle nicht dafür, dass Blogger Narrenfreiheit haben. Ich denke es gibt da einfach gewisse Schranken, die man akzeptieren muss – gerade was *Persönlichkeitsrechte etc. angelangt*. Und ich bin auch dafür, dass man sich daran hält, die Frage ist halt nur: „Wer legt das **fest** und **wie** wird das sanktioniert?“

I: Denkst Du, dass es eigentlich mehr ins Gewicht fällt, wenn ein Nicht-Journalist eine Falschmeldung postet oder wenn das eben ein Journalist tut. Glaubst Du, dass das unterschiedlich gehandhabt wird?

P01: (lange Pause) Das dürfte es eigentlich nicht geben. (überlegt) Ob der Blogger der schreibt Journalist ist oder Automechaniker, das ist **egal** weil im Internet ist das gleich gewichtet. (bestimmt)

I: Würdest Du behaupten, dass man im Netz die Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten in ihren Weblogs vergleichen kann? (…)

P01: *Ich glaube, dass Journalisten ihr Handwerkszeug auch im Online-*Bereich* anwenden*, sie erkennen einfach eine Geschichte und finden daran Aufhänger. (überlegend) Sie sind vielleicht sprachlich so aufgestellt, dass sie das einigermaßen verständlich rüberbringen können und sich kurz fassen können. Also ich denke das sind grundlegende Dinge, die Journalisten aus ihrer täglichen Arbeit mitbringen. (…) Das ist einfach ein Handwerkszeug, das man hat und *das macht sich im Netz auch bemerkbar.*

I: Zu welchem Zweck nutzt Du Weblogs anderer Personen?

P01: Wenn ich die Personen persönlich **kenne**, einfach um sie „upzudaten“ oder zu erfahren was die gerade machen oder was sie erlebt haben. Wenn ich themenrelevante Blogs lese, dann einerseits um Neuigkeiten zu erfahren und andererseits um Wissen zu generieren. Und nachdem ich Journalistin bin, dass ich dann die eine oder andere Sache finde, die mich auf neue **Ideen** bringen, also zur Ideen- und Themenfindung nutze ich Blogs. (…) Auch aus Spaß an der Sache nutze ich Blogs, wenn das stilistisch irgendwie lässig ist, dann lese ich das auch gerne. (…) In Bezug auf Recherche: *Wenn jemand ein Thema anspricht und da gibt es einen Link auf eine weiterführende Seite*, dann kann das schon passieren, dass das ein **Beginn** einer längeren Recherche *ist*.

I: Würdest Du behaupten, dass Weblogs mittlerweile zu einem Werkzeug journalistischer Berichterstattung geworden sind?

P01: Ich weiß nicht wie weit verbreitet das schon ist. (unsicher) (…) Also die Kollegen die ich da habe sind alle angestellt, die sind von 10 bis 6 Uhr abends mit tagesaktuellen Inhalten beschäftigt und haben sicher auch nicht den (überlegend) Geist sich am Abend noch hinzusetzten und Blogs zu lesen. Ich bin *freie Journalistin und muss schauen, dass ich mir die Themen selbst zusammensuche*. Ich denke, das geht eher in diese Richtung: Wie weit verankert ist man in einer Redaktion, was hat man da für Aufgaben, wie **viel Arbeit** hat man fix jeden Tag oder ist es eher etwas wo man sagt, ich muss kreativ sein, ich muss mir die Themen organisieren. Ich denke das ist eine Angestellten-Freie Geschichte momentan.

I: Damit bringst Du mich auf eine kurze Zwischenfrage: Warum glaubst du dass es Leute gibt die angestellt sind und bloggen, aber das dann irgendwie fallweise so machen, dass viele Leute das Gefühl haben, dass der Blog eher lieblos ist und nach einer Zeit nicht mehr so aktiv erscheint?

P01: Also lieblos, ich kann mir das **gut vorstellen**. Erstens einmal, am Anfang sagt man, man macht jetzt auch einen eigenen Blog, weil man will ja im Internet irgendwo vorhanden sein. Und dass das dann weniger wird oder zunehmend abstirbt *ist auch logisch*, weil wenn einen der Alltag einholt und weil man vielleicht nachdem man am Blog immer dranbleiben muss geht einem da sicher mal leicht die Luft aus. Weil im Ranking fällt man sofort nach unten wenn man mal *ein Monat nichts macht*. Lieblos vielleicht deswegen, weil ich glaub das bedruckte Papier ist im Bewusstsein der meisten Journalisten sehr viel mehr Wert als Internet-*Handwerk*, obwohl das ja im Internet sehr viel **länger** vorhanden ist, als jedes Magazin für

das ich je geschrieben habe. Ich glaube, das ist so eine Wertigkeitsgeschichte. (sehr hervorhebend)

I: Inwiefern verändert die enorme Dynamik der Blog-Kommunikation den journalistischen Alltag?

P01: Ich würde das nicht auf Blogs alleine einschränken. Die ganze Content-Produktion konzentriert sich ja (überlegend) zunehmend auf den Online-Bereich. Aus früher Homepages von Medien sind Multimedia-Portale geworden, die alles schneller bringen und **noch** besser ausrecherchiert, und **noch** besser aufgemacht mit Fotos und O-Tönen. (…) Ich denke, das ist etwas, das sehr dynamisch oder dynamisierend wirkt. **Blogs** sind da eigentlich nur ein Teil *des großen Ganzen*.

I: Inwiefern profitieren Deiner Meinung nach Journalisten von Weblogs?

P01: Wenn sie sie selbst schreiben, (überlegend, schweres Ausatmen) können sie sich Online eine gewisse Reputation aufbauen, vielleicht in einem Themenfeld, dass sie journalistisch nicht hauptsächlich betreuen, also ich denke da geht vieles dann auch in den Offline-Bereich. Ich kenne jemanden der hat einen Blog, der beschäftigt sich nur mit Partyzelten, den werden wir einmal in unserer Beilage mit Autor und Zelte im Print auch bringen. Ich denke wenn man ein spezielles Interessensgebiet hat, kann man das Online kommunizieren und das ist für Journalisten dann auch interessant. Andererseits ist das Online-Handwerkszeug – wenn man sagt man möchte jetzt einen Podcast oder Videocast probieren – man kann sich da spielerisch vorarbeiten und wenn man es konsumiert: Geschichten aufgabeln, Themen finden, Horizont erweitern, *all dies*.

I: Wie profitierst Du selbst vom Bloggen? Was ist Dein persönlicher Profit?

P01: *Ich habe aufgrund dieses Weblogs*, das wir führen schon einmal einen Workshop gehalten und ein bisschen was verdient dabei. Ich hab schon Konzepte geschrieben, die in eine ähnliche Richtung gehen und habe auch verdient dabei. Ich hab mich in diese ganze Blogosphäre vertiefen können und mir das Handwerkszeug aneignen können. Auch sozusagen die Fixsterne kennt man und dann weiß man, an den muss ich mich dranhängen, weil dann habe ich vielleicht auch mehr Traffic. Und man lernt auch mit Kritik anders umzugehen, weil das auch sehr direkt kommt, meistens. Also wenn ich in der Zeitung was schreibe, *ist es ja selten, dass ein Leserbrief kommt*, weil das ja sehr @viel Arbeit ist@. Ein Leserbrief ist schwieriger zu schreiben, *ein Kommentar ist gleich einmal geschrieben*. Und

es ist natürlich auch die Auseinandersetzung mit der Digitalisierung des ganzen Bereichs und das Bewusstwerden, dass sich da ganz viel verändert und sich selbst vielleicht schon in Stellung zu bringen für das, was noch so kommt.

I: Könnte man sagen, dass die Führung deines Blogs für deine hauptberufliche Tätigkeit von Nutzen ist?

P01: (bestimmt) Absolut. Es befruchtet sich gegenseitig, das ist das eine. Was die Themen anbelangt: Ich eigne mir Wissen an, das ich später mal in Form von einer **Geschichte** wieder mal brauchen kann. Ich denke, Wissen, das man hat, kann mir niemand mehr ***nehmen***. (überlegt) Wir sind letztes Jahr vom Österreich-Blog als Gastautoren eingeladen worden, und da hat sich auch beim Google-Ranking einiges verändert, weil ich jetzt mit ganz irgendwelchen Kulinarik-Themen ganz @oben stehe, komischerweise@ (Lachen). (schmunzelnd) Hat mir auch schon bösartige Kommentare eingebracht von Kulinarik-Journalisten in Kärnten, die jetzt Angst haben, dass ich da in ihr Revier eindringen möchte. Ganz komisch. Aber ich profitiere auf alle Fälle davon, weil ich auch das Bewegen in diesem neuen *Umfeld spielerisch erlerne*.

I: Haben nationale Medienunternehmen im internationalen Vergleich Deiner Meinung nach, Nachholbedarf in diesem Bereich?

P01: (kurze Pause) *Das würde ich allgemein ein bisschen durchgehen*. (überlegt) Ja ich denke schon, dass sie Nachholbedarf haben. Man könnte zum Beispiel mehr herausholen aus manchen Blogs, die die Redakteure auf manchen Homepages stehen haben. (…) Also zum Beispiel wie hat der Gusenbauer „drein" geschaut, als er ihm diese Frage gestellt hat. Also es ist ja sehr viel mehr Politik vermitteln. Ich denke da auch die geeigneten Geschichten herauszufiltern, die man dann bloggt, das ist eigentlich die Herausforderung. Weil die Geschichten in der Zeitung, das ist ja wieder etwas anderes. Also man müsste eigentlich wenn man was bloggt einen *ganz anderen Ansatz zu wählen*. Die Sachen, die sonst nirgends lesbar sind und für Journalisten auch nicht **Wert erscheinen**, dass man sie schreibt, dann die zu transportieren, denn das ist was die Blogosphäre auch ausmacht, dieses subjektive, dieses menschliche, Beobachtungen oder sowas transportieren. (…) Das mit dem Nachholbedarf kann ich nicht beurteilen, weil ich mich mit anderen Ländern nur wenig beschäftige. Was momentan auffällt ist sicher, was zum Beispiel Wahlkämpfe betrifft, dass in den USA Barack Obama, gerade was das Web2.0 betrifft komplett neue Maßstäbe setzt, da ist Österreich sicher ewig hinterher. Ich habe zuletzt eine Geschichte gemacht, die geheißen hat „**Haider googelt Haider"**, die Aufgabenstellung war einfach die, dass man sich mit ihm zusammensetzt und

sich seine Google-Rankings anschaut und schaut welche Seiten das sind. Und es hat sich herausgestellt, dass er sich das noch nie zu Gemüte geführt hat, dass ihm seine Online-Reputation **„scheißegal“** ist, und wie damals zu Sanktionszeiten und (überlegend) er tut einfach nichts in die Richtung. Und das ist schon *ein Nachholbedarf glaube ich*. Gerade der Georg (Anm.: Holzer) hat letztens bei einem Vortrag von ihm gesagt, laut letzter Media-Analyse sind die 14-29-jährigen schon mehr im Internet unterwegs als in herkömmlichen Medien. Und das ist denke ich auch ein Bereich der weiter wachsen wird. Und wenn man nicht darauf schaut, dass man das im Internet das einigermaßen steuert was da publiziert wird, (…) *dann wird das zunehmend ein Problem werden*.

I: Hast Du es schon einmal erlebt, dass Themen, die in der Blogosphäre aufgegriffen werden, den Weg in die klassischen Medien finden?

P01: *Ja, das hat es schon oft gegeben*. Ein Beispiel, dass zum Beispiel mein Freund immer bringt, ist das von einem Radschloss, das geknackt wurde und das hat sogar ungeheure @finanzielle Einbußen@ gebracht. (überlegt/lange Pause) In Österreich, *da kann ich mich aber an kein Beispiel erinnern*. (…)

I: Wie würdest Du den Einfluss, den Weblogs auf Journalisten und ihre Medien haben beschrieben?

P01: (lange Pause/ überlegt) Der Einfluss ist noch sehr gering.

I: Denkst Du, dass der Grund für das wachsende Interesse an Blogs, die Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien ist?

P01: (…) Ich denke das ist einfach das **Format** dieses Mediums, (überlegt) weil es eben (überlegt) persönlich gefärbt ist und ich denke man ist auch immer sehr neugierig was der Nachbar gerade macht – schaut beim Fenster hinaus und in seinen Garten hinein. Ich denke das ist so eine beiläufige Handlung (lacht), die aber mit sehr viel Neugier verbunden ist. Viel Interesse an anderen Menschen oder so. Man schaut auch bei einer Werbung auch lieber der Person ins Gesicht, als auf die Autotür. Menschen interessieren sich immer für Menschen und das was bei herkömmlichen Medien transportiert wird, ist auch **immer menschlicher**, *weil diese Promi-Berichterstattung exponentiell zunimmt*. Es werden dann oft Promis produziert – auf lokaler Ebene - die noch gar nicht prominent sind. Also es sind dann immer die Menschen, die dann sozusagen eine Magnetwirkung haben. Und ich denke davon kann auch die Blogosphäre *sehr gut leben*, dass es einfach menschlich und *persönlich ist*.

I: Glaubst Du, dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die stetige, aber doch etwas langsamere Entwicklung von J-Blogs in Österreich hat? (…)

P01: (überlegt) Nein, also ich denke das ist nicht die Hauptursache, vielleicht eine von vielen. Ich war vor 2 Monaten in Kalifornien und die haben einfach seit Anfang der 90er in jedem Haushalt *High-Speed-Internet*. Dort hat dieses Medium auch als Informationsmedium schon eine jahrelange Tradition. Bei uns gibt es Menschen, die haben sich jetzt gerade erst mal die DVBT-Box angeschafft oder anschaffen müssen. Also ich denke da ist einfach von der Infrastruktur her auch noch einiges zu machen. Und die Medienkonzentration: (überlegt) Ich meine, ich hab als Startseite auch den **ORF**, weil ich da immer die *letzten Nachrichten bekomme.* Ich glaube nicht, dass die Medienkonzentration *so eine große Rolle spielt.* Ich denke das ist die Infrastruktur und das Mindset**.** (…) Ich meine man fragt sich warum hat die Krone einen so hohen Marktanteil erhalten können und das hat wahrscheinlich *mit dem Rezeptionsverhalten der Leser zu tun.*

I: Weblogs werden oft als Gefahr für die klassischen Medien thematisiert. Wie denkst Du über diese Überlegungen? Was spricht dagegen?

P01: (kleine Pause) *Ich denke wenn ein Weblog über Segelboote* richtig gut gemacht ist, dann kann es einem Magazin wie dem Yachtmagazin *beispielsweise gefährlich werden*. Also in diesem Nischenbereich denke ich schon, dass die Weblogs *wenn sie gut gemacht sind*, vielleicht zum Teil ein bisschen an Aufmerksamkeit abziehen können. Aber bei dem allgemeinen Nachrichtenbereich, weiß ich es nicht. Ich lese zum Beispiel gerne „Gossip Girls", - ich weiß nicht ob Du das kennst - das ist so ein @Comic Gossip@, unter den besten deutschen Gossip Blogs gewählt worden, aber das hält mich nicht davon ab, wenn ich zum Beispiel beim See liege, dann noch das Seitenblicke-Magazin zu lesen. *Ich glaube das ist eher ein Zusatz.*

I: In Hinblick auf das Phänomen „Weblog": Welche konkreten Erwartungen hast Du in Hinblick auf die Zukunft?

P01: (überlegt) Wenn ich konkrete Erwartungen hätte, dann würde ich @wissen wie sich das konkret entwickelt@. Die habe ich nicht. Ich weiß nur, dass zum Beispiel die Online-Redaktion der Kleinen Zeitung noch aus 3 Personen bestanden hat und heute sind es 8 oder 10, die bekommen anscheinend @jeden Tag einen dazu@ (Lachen).Also es ist ersichtlich,

dass dieser Online-Bereich sehr stark wächst, im Vergleich zu den herkömmlichen Redaktionen, die gleich bleiben oder sogar geschmälert werden. *Es ist sicher ein Zukunftsfeld für Journalisten*, es ist allerdings momentan in Österreich (überlegt) – oder ich glaube zumindest in den meisten österreichischen Medien ist es zumindest- so, dass der Online-Journalismus sich irgendwann emanzipieren muss, denn momentan ist das mehr oder weniger so ein Copy-Paste und *ich suche ein paar Bilder dazu und ich schau dass ich ein Video dazu mach*. Also es sind eigentlich mehr Leute, die sitzen den ganzen Tag vor dem Computer und „schupfen" die ganze Zeit nur Content hin und her. Und ich denke die haben schon die Möglichkeit theoretisch, dass sie selbst Geschichten aufstellen, selbst recherchieren, die sie dann schön aufmachen, die sie dann an Print oder einem Sender verkaufen, aber das ist eher so im Anrollen noch momentan. So eine Selbstvertrauensgeschichte, *die sich da erst entwickeln muss*. (…) Spezifisch auf Journalisten ist es ja schon lange irgendwie ersichtlich, dass es in den meisten Redaktionen einen *Aufnahmestopp gibt*, das heißt die werden tendenziell kleiner. Und nach jedem natürlichen Abgang bekommt dann *halt irgendjemand einen Kompetenzbereich dazu*. Und wie gesagt, der Online-Bereich wird in den meisten Redaktionen doch irgendwie größer, das saugt sozusagen personelle Kapazitäten ab und insofern ist es für Journalisten sicher ein Zukunftsjob. Aber inwieweit und wie das genau ausschaut, ob wir dann alle auch Video schneiden können müssen, und ob wir dann Hörbeiträge machen müssen, ob man sich da auch sozusagen auf ein Feld spezialisieren kann, weiß ich nicht.

Fall B:

I: Was ist Deine Motivation, ein Weblog zu schreiben?

P02: Wir sind (überlegt) ein 98% nachrichtiges Medium, und das ist einfach intellektuelle Entspannung weil ich so subjektiv meinen „Senf" abgeben kann. Sagen wir nicht ganz subjektiv. Da es ja doch ein Presse-Blog ist, muss ein bisschen ein wissenschaftlicher Hintergrund dabei sein – d.h. ich kann nicht einfach quer durch die Gegend schimpfen. (…)

I: Der Blog steht ja auf der Presse Homepage, ist somit als Medien-Blog zu bezeichnen… Wie nahe steht der Blog dem Medium?

P02: Das heißt ich muss sowohl sprachlich, als auch inhaltlich auf einem „Presse"-konformen Level sein, *was ja nicht bei allen Blogs der Fall ist*, aber sonst…

I: Und ist das Thema, das du behandelst für dich Presse-konform?

P02: *Ja, klar.*

I: Hast Du es Dir selbst ausgesucht?

P02: *Ja*. Eigentlich ist es so, dass „etwas über Werbung machen und kritisch Werbungen beschimpfen" – wollte ich schon lange einmal machen. Dann kam irgendwann einmal die Idee auf, machen wir doch irgendwann einmal Blogs. Und ich war dann gleich auch voll begeistert und meldete mich dafür. (…)

I: Hat es schon einmal redaktionelle Eingriffe gegeben?

P02: (empört) Natürlich nicht. Ich alleine habe Zugriff auf meinen Blog und sonst niemand. Es hat sich aber auch niemand beschwert. Es sind zwar einige Kollegen anderer Meinung über diese Natur, aber dass irgendwer sich da einmischen würde – zielt wahrscheinlich auf die nach oben ab – überhaupt nicht. Es ist wie bei der Presse selbst in den Kommentaren, absolute redaktionelle Freiheit. Ich kann schreiben was mir gerade einfällt.

I: Und führst Du das Weblog aufgrund des Berufs oder aus persönlichen Gründen?

P02: Das Thema ist ein Privat-Steckenpferd von mir. Ich mag Werbung. Und bis jetzt bin ich alleine damit…Und mit Werbepsychologie.. und (überlegt) ich bin überzeugter Cineast, habe auch schon einige Filmkritiken geschrieben. Und da ja Werbespots kurze Filme sind, wenn sie gut sind. Es interessiert mich beides. Deshalb versuche ich das auch filmkritisch zu betrachten.

I: Ziehst du aus dem Bloggen auch Vor- oder Nachteile?

P02: *Es macht Spaß* und ich freue mich immer wenn mir irgendein Leser irgendwie antwortet – völlig egal in welche Richtung. Wenn er z. B. schreibt: „Entschuldigen Sie Herr Werbeknecht, Sie sind ein Vollidiot…!“, ist das schön wenn dieser einen Grund dazu schreibt. Und wer freut sich nicht über Kommentare wie: „ja, wunderbar, danke, so gehört es sich!“

I: Welchen Stellenwert nimmt das Blog in Deinem Tagesablauf ein?

P02: *Die ersten 10 Minuten in der Früh, aber auch zwischendurch* – wann es mir halt gerade einfällt.

I: Du hast es zwar schon angesprochen, den Kontakt/ der Austausch mit den Lesern. Aber ich möchte nochmals darauf zurückkommen: Was genau ist Dir daran wichtig?

P02: Wie gesagt der Blog ist noch sehr jung, d.h. es ist daher auch noch nicht wirklich viel Traffic zwischen den Lesern und mir da, soll aber in Zukunft hoffentlich (überlegt) in eine Forumsrichtung gehen. Also dass es geschieht, dass die Leute wirklich in meinem Blog streiten. Also ich schreibe ja nicht nur, welche Spots ganz blöd sind, sondern lobe ja die genialen und dass die Leute dann auch anderer Meinung sind und dass sie dass hoffentlich auch kundtun. Denn ich habe im deutschsprachigen Raum noch kein seriöses Forum gefunden, in welchem Werbung einigermaßen (überlegt) niveauvoll behandelt werden würde.

I: Wodurch bzw. wie trittst Du mit Deinen Lesern in Kontakt?

P02: Über die Kommentarfunktion**.** Wenn sich einmal irgendjemand registriert und seine email- Adresse übermittelt, würde ich auch **gerne** über email mit meinen Lesern in Kontakt treten.

I: Entstehen auf deinem Blog wertvolle Diskussionen?

P02: Ich würde sagen noch nicht. Das mag (überlegt) rein quantitativ daran liegen, dass der Blog einfach noch nicht sonderlich bekannt ist. Also ich habe bei weitem noch nicht die Leserzahl, die ich haben möchte. Wie beim normalen redaktionellen Alltag haben wir permanent eine Statistik – so auch bei meinem Blog. Daher habe ich Einsicht in die Leserzahlen und *es sind am Tag etwa 500*. Haben möchte ich etwa 7000 bis 8000 Stammleser täglich.

I: Gibt es eine Mission, die Du als Blogger verfolgst?

P02: Ja, Unterhaltung. Manchmal passiert es der Werbung, dass sie einfach ganz großen Blödsinn von sich gibt. (überlegend) Und vielleicht das pseudo-hehres Ziel wäre den größten Blödsinn ans Tageslicht zu zerren. Ich habe dafür auch eine eigene Kategorie in meinem Blog entwickelt: Clips, die versehentlich das eigene Produkt beschimpfen bzw. Spots die nicht bis ganz zu Ende gedacht sind. (…)

I: Welche Rolle spielt Deiner Meinung nach Qualität in österreichischen Weblogs von Journalisten?

P02: Journalistische Qualität ist für mich die oberste Mission: (kleine Pause) „Nachricht rüberbringen“. Die zweite Ebene ist den Leuten zu erklären ‚was ist', und ‚warum ist das so' und ‚was steht dahinter' – das ist Qualität. Rein nach den Kriterium „was ist passiert“ (kleine Pause) ist die Krone das beste Medium in Österreich, weil es sonst niemand schafft auf so wenig Platz das wichtigste unterzubringen. Wenn Qualität eine rein „fötonistische Hirnwichserei“ ist, ist das zwar schön und ich lese es gerne am Wochenende, aber ich würde mich in meinem Blog nie in besonders kreative Worteskapaden verwirren. Ich bin überhaupt der Meinung, dass die **meisten** (bestimmt) Blogs die ich mir so angesehen habe, so wild für selbstbewusstseinslose –um nicht das Wort „Neird“ zu verwenden – Menschen sind.

I: Welche journalistischen Darstellungsformen entsprechen Blog- Beiträgen am ehesten?

P02: *Natürlich der Kommentar*.

I: Wie beurteilst Du die Leistungen von Journalisten im Vergleich zu nicht-journalistischen Bloggern? Lassen sich in Hinblick auf Qualität Unterschiede erkennen?

P02: *Das kann ich nicht beurteilen*. Ich meine, ich lese einige Blogs hin und wieder, also ohne System, also mehr themenbezogen. Dabei weiß ich aber nicht, ob das Journalisten sind, die diese Blogs schreiben. Wenn ich etwas lese *ist es mir jedoch grundsätzlich egal wer das schreibt*. Es scheint eine „journalistische Krankheit" von sehr vielen gedruckten Zeitungen zu sein, dass das wichtigste die Namenszeile ist, dann irgendwann einmal die Geschichte und (lang gezogen) irgendwann kommt dann einmal der Leser, der oft als der „ach so lästige Typ dort" abgetan wird.

I: Glaubst Du, dass speziell Journalisten aufgrund ihres Rollenselbstverständnisses Wert auf eine qualitative Berichterstattung legen?

P02: Du meinst also: Sind journalistische Blogs besser, weil Journalisten gut schreiben können? Der Schluss würde nahe liegen. (kleine Pause) Ich sehe, dass es in der Blogger-Szene hauptsächlich Nischen-Fachblogs gibt, bei welchen es einigermaßen egal ist wer diesen schreibt, weil es um Hochgeschwindigkeitsinformationen geht. So reine Kommentarblogs wie meiner, (kleine Pause) da glaube ich schon dass hier Journalisten tendenziell geübter sind, da sie auch jeden Tag schreiben, demnach auch besser. (…)

I: Was ist für Dich ein qualitativ hochwertiges Blog?

P02: (…) Das ist für mich ein Blog, der natürlich die Leute unterhält und gerade anspricht, aber das allerwichtigste die Geschmacksgrenze nicht unterschreitet. (…) Es ist gerade aufgelegt gerade in einem Blog fürchterlich derbe Zoten zu reißen, aber das hat in einem einigermaßen *niveauvollen Blog einfach nichts verloren*.

I: Inwiefern ist Dir Qualität im eigenen Blog wichtig? Bzw. welche Maßnahmen zur Qualitätssicherung ergreifst Du konkret im Blog? Das heißt: Setzt Du Links zu Ursprungsquellen? Wie verhälst Du dich bei Interessenskonflikten?

P02: *Wenn ich beispielsweise Videos hineinstelle, nenne ich den Link.* Bei vielen der Videos ist der Link am Video auch selbst verzeichnet. (überlegt) *Interessenskonflikte gibt es in meinem Blog eigentlich nicht.* (Lachen)

I: In Hinblick auf einige journalistische Qualitätskriterien, kläre wie Du die Berichterstattung in Journalistenblogs in Hinblick auf die folgenden Qualitätskriterien beurteilst.

P02: Ich **lese** Blogs zur Unterhaltung und nicht um sie kritisch zu *hinterfragen*, demnach kann ich diese Frage eigentlich nicht beantworten.

I: Liest Du Weblogs von Nicht-Journalisten?

P02: *Ja*, allerdings weiß ich nicht wer diese Leute sind und ich muss sagen, dass mir das auch richtig egal ist.

I: Seit einiger Zeit kursieren im Netz Vorschläge für einen „Ethik-Kodex“ von Bloggern für Blogger. Was hälst Du von dieser freiwilligen Selbstkontrolle?

P02: Leider kenne ich diesen Ethik-Kodex nicht. Wenn ich diesen einmal lesen würde, könnte ich etwas darüber sagen. Apriori bin ich jedoch gegen (überlegt) jedwede Einschränkung. In Hinblick auf Onlinemedien glaube ich an eine automatische Selektion, (…) man kann entscheiden was man liest und was nicht**.**

I: Wenn ein Blogger, unabhängig davon ob dieser Journalist ist oder nicht gegen Vorschriften verstößt, was hälst du dann von Sanktionierungen gegen diese Person?

P02: Ich denke die natürliche Sanktion wird sein, dass sollte dieser Blogger das öfter machen, *wird er ohnehin nicht mehr gelesen werden.* (…)

I: Zu welchem Zweck nutzt Du Weblogs anderer Personen? Und warum?

P02: Ich nutze Weblogs hauptsächlich zur Unterhaltung. Andererseits nutze ich Fachblocks sehr wohl in der täglichen redaktionellen Arbeit zur Recherche. Zur Veröffentlichung von Inhalten nutze ich meinen eigenen Blog. In anderen blogs wiederum kommentiere ich durchaus mit. Es ist auch schon vorgekommen, dass ich Ideen- und Themen online gefunden habe bzw. inspiriert wurde. (lacht) Zum Networking nutze ich keine Weblogs, sondern Foren.

I: Inwiefern verändert die enorme Dynamik der Blog-Kommunikation den journalistischen Alltag?

P02: Ich merke das (Anm.: die Veränderungen des journalistischen Alltags) speziell weil *ich hin und wieder Take-Artikel schreibe*. Diese Take-Blogs – wenngleich mit großer Vorsicht zu genießen – sind unglaublich schnell. (…) Für die redaktionelle Arbeit ist das super.

I: Inwiefern profitieren Deiner Meinung nach Journalisten von Weblogs?

P02: Ja also zur Recherche finde ich diese wahnsinnig gut. Für manche auch um die ein oder andere Idee zu klauen natürlich auch *genial*. Selbst zu schreiben würde glaube ich vielen Journalisten auch helfen. Dann müssten viele Journalisten – speziell in Qualitätsmedien - ihren Frust auf alles nicht in die Leitartikel verpflanzen oder auch nicht in die Nachrichten streuen, sondern man hätte ein Medium um einmal die „journalistische Sau“ raus zu lassen. (…)

I: Wie profitierst Du persönlich von Deinem Blog?

P02: Das wichtigste ist, *ich hab Spaß dabei*, ich kann mich austoben. Es mag schon vorkommen, dass mir auch Worteskapaden im Blog auskommen, *aber das finde ich sehr lustig.*

I: Könnte man sagen, dass die Führung eines Blogs in irgendeiner Art und Weise für ihre hauptberufliche Tätigkeit von Nutzen ist?

P02: Ja, es *bringt mir schon Vorteile*, aber auf der Ebene des Schreibens. Man könnte sagen, ich habe einen (überlegt) intrazerebralen Gedankentransfer…die eine oder andere

Spukattacke die ich im Blog loslasse. (…) Manche Worteskapaden, die ich im Blog von mir gebe, hebe ich mir dann für Berichte auch auf und verwende sie dann, wenn sie woanders gerade gut reinpassen.

I: Haben nationale Medienunternehmen im internationalen Vergleich Ihrer Meinung nach, Nachholbedarf in diesem Bereich?

P02: Ob es einen Bedarf gibt weiß ich nicht. Es gibt auf jeden Fall eine Marktlücke, aber ob in der Lücke ein Markt ist, kann ich nicht sagen. *Ich bin der Meinung, dass in Österreich wenige Blogs gibt*, allerdings weiß ich nicht ob es zu wenige sind, (überlegt) weil es bräuchte Themen. Der so und so vielte tagespolitische Blog ist auch irgendwann fad. Ganz ehrlich, was soll ein tagesinnenpolitischer Blog jetzt beim Standard anderes schreiben als bei uns oder irgendeiner anderer Zeitung.

I: Grenzt sich Deiner Meinung die österreichische Blogosphäre von der globalen Blogosphäre irgendwie ab?

P02: Generell ist das Community in Österreich sehr viel österreichischer als in Deutschland zum Beispiel. (überlegt) Das ist zwar eine rein geistige Empirie aber ich glaube wir haben in Österreich wesentlich mehr „Raunz-Blogs“ sowie auch wesentlich mehr „Suder-Foren“ und „Lammentier-Communities“ haben als irgendwo anders. Ich weiß nicht ob irgendwo anders als in Österreich Foren so sehr frequentiert sind wie hier. Unsere Volksseele spricht das ja an, überall und zu jedem seinen „Senf“ dazuzugeben. (…)

I: Hast Du es schon einmal erlebt, dass Themen, die in der Blogosphäre aufgegriffen werden, den Weg in die klassischen Medien finden?

P02: *Im Tech-Bereich ja*, aber sonst *nirgends*. (…)

I: Wie würdest Du den Einfluss, den Weblogs heutzutage auf Journalisten und ihre Medien haben, beschreiben?

P02: Ich glaube sehr viele Journalisten könnten verdammt gute Blogs schreiben. Es ist nur immer wieder die Waage schlägt zwischen dem persönlichen Hardcore-Narzißmus und der

Faulheit hin und her. Es gibt eine Menge Potenzial das nicht genutzt wird, (kurze Pause) denn niemand zahlt einen Blog. (…)

I: Denkst Du, dass der Grund für das wachsende Interesse an Blogs, die Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien ist?

P02: Der Markt wächst und es geht um den Kampf zwischen den Online-Medien. (…) Nachdem sehr viele Leute – das behaupte ich jetzt einfach mal ohne das irgendwie belegen zu können - von den Print- Medien umsteigen zu den Online-Medien weil es schneller und aktueller ist, beflutet das natürlich die Blogs auch.

I: Glaubst Du, dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die stetige, aber doch etwas langsamere Entwicklung von J-Blogs in Österreich hat?

P02: *Ja ich glaube schon*, dass die österreichische Mediensituation die Blog-Situation beeinflusst. Ich glaube, dass das Image, das die bekannten Medien in Österreich haben, natürlich – aus meiner Sicht Gott sei Dank – (lang gezogen, überlegend) auf die Glaubwürdigkeitsdiskussion abfärbt.

I: Glaubst Du, dass die Themen die in den traditionellen Medien zu wenig Platz finden bzw. es keinen Platz für sie gibt oder sie ganz einfach nicht relevant für das Ursprungsmedium erscheinen, deshalb in Blogs aufgearbeitet werden?

P02: Dadurch, dass ich Online-Redakteur bin ist Platz ja kein knappes Gut, das ist ja das Schöne. (lacht) Auch so würde ich die Frage mit „nein“ beantworten, denn ich kenne keine Tageszeitung die zu wenig Platz hat. Jede Zeitung *hat ein gewisses Zielpublikum* und was für dieses Zielpublikum wichtig ist, steht in der Zeitung. Dass die Presse von ihren etwa 40-50 Seiten 8 Seiten in der Wirtschaft hat und 2 in der Innenpolitik, *das gehört *so*, das ist gut *so**. Ich glaube nicht dass Presse-Leser etwas anderes lesen wollen, sonst würden sie nicht die Presse lesen.

I: Weblogs werden oft als Gefahr für die klassischen Medien thematisiert. Wie denkst Du über diese Überlegungen?

P02: Ja, das ist die grundsätzliche Web 2.0-Angst. Definitiv nein. Es mag im Boulevard-Sektor so sein, dass das Publikum eher „einfachen Leuten“ glaubt, als bekannteren Persönlichkeiten. Ein Blog kann und soll nicht die (überlegt) Genialität der Analysen von bestimmten Medien ersetzen. (…) Wenn es um schnelle, kurzlebige Information geht, oder um Infotainment geht, verdrängen Blogs die Zeitungen insofern nicht, da es das in Zeitungen ja gar nicht gibt. Sie sind eher eine Gefahr für das Medium Fernsehen, weil Blogs (…) „Mitmachfernsehen“ sind (…) und das ist gut so.

I: In Hinblick auf das Phänomen „Weblog“: Welche konkreten Erwartungen hast Du in Hinblick auf die Zukunft?

P02: Ich prognostiziere eine ähnliche Entwicklung *wie bei den Computerspielen*. Es werden die Unternehmen speziell die Werbebranche langsam die marktbeeinflussende Macht der Blogs entdecken. Ich gehe davon aus, dass es in naher Zukunft wesentlich mehr gefärbte Blogs geben, als es jetzt gefärbte Magazine gibt. Redaktionell versteckte Werbezettel wird es ganz wild in den Blogs geben. (…)

Fall C

I: Zur ersten Frage hätte ich gerne von Ihnen gewusst, warum führen Sie das Weblog? Warum schreiben Sie? Was sind Ihre Motivationen, ihre Intentionen dahinter?

P03: (sehr bedacht) [Die Geschichte hat ganz einfach ziemlich banal begonnen. Der Kollege Novak – *aus der Tageszeitungs-Chronik* – hat die Idee gehabt, dass man einen „Stadtbild"-Blog machen könnte und hat dafür Mitautoren gesucht. (langgezogen) Und hat mich, da ich damit insofern Berührungspunkte habe, da ich bei uns im Spektrum die Architekturseite betreue – ich schreibe zwar nicht auf der Architekturseite, aber betreue sie redaktionell, ich betreue die Mitarbeiter, die für die Architektur arbeiten – und kenne dadurch einige Hintergrundgeschichten zu diesem Thema „Stadtbild" relativ gut von dieser Tätigkeit her. Da war es relativ nahe liegend dass er mich das fragt. Ich habe mich bis zu dem Zeitpunkt mit dem Thema offen gestanden – außer dass ich wusste, dass es das gibt – überhaupt nicht auseinander gesetzt. (kleine Pause) Ich nehme solche Gelegenheiten gerne wahr um einen Bereich ernster kennen zu lernen, der mit fremd ist. Und so habe ich mir gedacht: „Okay, machen wir mit!" So ist die Idee entstanden und ich begann mir dann eigentlich erst mit der Zeit zu überlegen, welche Möglichkeiten bietet mir diese Form der Publikation (überlegt) und vor allem welche ist interessant für mich. Was ist der Punkt, was will ich eigentlich damit tun, oder was ist das, was ich nicht ohnehin schreiben könnte, wenn ich wollte. (überlegend) Und dann war natürlich mit der Zeit das Thema, dass man möglicherweise eine andere Nutzerschicht erreicht als mit einer Zeitung aus Papier. Das ist noch einmal eine eigene Geschichte, aber das war für mich eigentlich gar nicht so sehr ausschlaggebend. Der Punkt der mich daran zu interessieren begonnen hat war einfach, dass es eigentlich mit Ausnahme meiner eigenen Arbeitszeit keinen limitierenden Faktor des Themas gibt. (überlegend) Dazu muss ich ganz kurz ausholen: In einer Zeitung auf Papier gibt es immer so zu sagen eine Hierarchie der Themen, muss es geben weil man sagt, **das** Thema ist wichtig genug, dass es in die Zeitung kommt, das ist nicht so wichtig, das geht sich leider nicht aus - ist eine lustige Idee, aber dafür haben wir nicht genug Platz. Und diese Limitierung gibt es hier einfach nicht. Also es haben plötzlich Themen eine Chance, die im weitesten Sinne in der Republik „Orchideenthema" angesiedelt sind, (überlegt) die aber durchaus Interesse finden können, die für Leute interessant sein können, wo es auch durchaus sinnvoll ist eine Öffentlichkeit her zu stellen, aber die im Alltag einer Zeitung eigentlich keine Chance hätten. Und das ist eigentlich der Bereich, der mich an dieser Form einfach interessiert.]

I: Wir wissen, dass der Blog dem Medium nahe steht, ich würde das jetzt einmal so empfinden. Ich möchte gerne wissen, wie nahe steht der Blog dem Medium?

P03: Das ist für mich eine schwierige Frage. Es ist für mich deshalb eine schwierige Frage, weil ich in einem Teil des Mediums tätig bin, das sich über viele Jahre – natürlich heute nicht mehr so wie früher – aber über viele Jahre nahezu als antagonistisch zum Hauptmedium definiert hat. (überlegt) In vieler Hinsicht – durchaus auch in politischer – in vieler Einschätzung von Themen, es kamen auch oft Leute bei uns zu Wort – oder sollten genau eigentlich (überlegt) zu Wort kommen, das war auch durchaus Teil des Konzepts – die nicht auf Blattlinie sind. Also wo es (überlegt) einfach komplett andere Einschätzungen gibt und die sonst in der Zeitung nicht vertreten gewesen wären. Zum Großteil auch freie Mitarbeiter, Autoren, Schriftsteller, (…) Wissenschaftler. Also diese offene Tribüne nach außen. (überlegt) Und die hat in mir und ich glaube das gilt für alle Mitarbeiter hier im Spektrum – es gibt eine hohe Identifikation mit dem Medium Spektrum, es gibt eine hohe Identifikation mit dem Muttermedium Die Presse - aber es ist für uns das Thema hier keiner Linie oder einer Haltung, darüber zerbreche ich mir überhaupt nicht den Kopf. Es ist für mich kein Thema. Es ist auch wirklich der absolute Luxus, dass die Redakteure, die hier arbeiten, da gibt's möglicherweise Linien**diskussionen** aber man kann doch in jedem Fall publizieren. Es hat mir noch nie - auch in Zeiten wo (überlegt) es von der Chefredaktion etwas anders gestaltet wurde – *ist ja wesentlich liberaler heute* – aber auch in den Zeiten, wo es etwas strenger hergegangen ist, hat mir in meinen Texten, die auch zum Teil absolut gegen die Blattlinie gingen, hat mir nie jemand etwas *dreingeredet*.

I: Aber gibt es am Weblog eigentlich redaktionelle Eingriffe?

P03: Nein. Aber ich kenne das so zu sagen gar nicht, ich denke darüber überhaupt nicht nach.

I: Ja, ich denke auch dass es ein großer Unterschied ist, ob man mit neuen Technologien, mit neuen Medien aufgewachsen ist – das bin ja nicht einmal ich in dem Ausmaß wie das jetzt Jugendliche und Kinder heute sind bzw. tun – aber ich kann mir schon vorstellen, dass man dann auch darüber gar nicht nachdenken muss, in dem Fall. Führen Sie das Weblog jetzt aufgrund des Berufs oder aus privaten Gründen?

P03: Das ist immer ganz, ganz schwierig. (überlegt) Der Beruf des Journalisten, ist einfach ein Beruf, der um null Uhr beginnt und um 24 Uhr endet. Ich kann das in Wahrheit nicht trennen. Natürlich fließen (überlegt) jederzeit jede Menge private Erfahrungen in meinen Beruf ein, ich lege so zu sagen auch allergrößten Wert darauf. Und genauso gibt es eine Wechselwirkung in die Gegenrichtung, das ist überhaupt keine Frage – von meinem Beruf auf mein Privatleben – *das kann ich beim besten Willen nicht trennen*.

I: Also bedeutet das, dass sie innerhalb wie auch außerhalb der Arbeitszeit bloggen?

P03: Das mache ich schon alleine aus technischen Gründen und weil es mir lieber ist, am Arbeitsplatz. Zu Hause mache ich es definitiv nicht, aber das sind auch schon Zeiten, (überlegt) die unkonventionell wären. Ich wüsste jetzt nicht einmal welche theoretische Anzahl von Arbeitsstunden wir machen müssten, also das hat mich nie beschäftigt. Wenn ich mit einer Geschichte fertig bin, dann bin ich fertig. Also wenn ich etwas machen will, dann mach ich es und wenn das länger dauert, dann dauert es halt länger.

I: Werden sie vom Medium fürs Bloggen entlohnt?

P03: Nein, *überhaupt nicht*.

I: Haben Sie mit dem Weblog bereits negative Erfahrungen gemacht?

P03: Nein, es gibt bis jetzt ja noch nicht allzu viele Reaktionen, weil da auch die Informationspolitik seitens der Online-Presse noch etwas zurückhaltend ist. Das liegt auch daran, dass es noch nicht wirklich in Bewegung gekommen ist. Auch von unserer Seite her, herrscht (?). Es gäbe theoretisch 5 Autoren für das Stadtbild, der einzige der bisher etwas geschrieben hat war ich. Ich bin da auch ein bisschen… (überlegt) es ist ein bisschen schwierig für mich… ich komme auch nicht immer dazu…(überlegt) Jetzt hab' ich den Faden verloren, wo waren wir?

I: Wir waren jetzt eigentlich bei den negativen Erfahrungen…

P03: Aja, deshalb gibt es auch noch nicht so viele Reaktionen und die Reaktionen *waren in der Bandbreite dessen, was man Diskussion nennt*.

I: Daraus ergibt sich auch die Frage: Wie wichtig ist Ihnen der Kontakt und Austausch mit Ihren Lesern? Und was ist ihnen daran wichtig?

P03: Das ist natürlich bei so einer Form auch einer der Punkte, der natürlich für **mich** wiederum sehr spannend ist. Ist gut, dass sie mich darauf ansprechen, weil das ist ja etwas, womit (kleine Pause) man in der Tageszeitung sehr oft zu kämpfen hat, dass es eigentlich in Wahrheit sehr wenig Vergleichsmöglichkeiten hat. *Wenn man die Leserbriefseiten anschaut, dann denkt man sich, na da kommen ja Waschkörbeweise die Briefe– das stimmt nicht.*

Daher wir schreiben tendenziell relativ stark ins Nirvana. Wir wissen eigentlich nicht, wie das ankommt. Nur bei sehr speziellen Themen, wo es dann plötzlich – auf oft einen sehr überraschenden Aufschrei gibt – da gibt es dann plötzlich Reaktionen, tendenziell gibt es aber relativ wenige Reaktionen. Und das ist auch ein Punkt der mich interessiert und den ich spannend bei dieser Form finde, dass sie eigentlich sehr stark auf den Diskurs setzt die Form und solange dieser sich auf einem Niveau entwickelt, der ein wenig jenseits dessen ist, was man so in Online-Foren oder ähnlichen Dingen ließt, dann ist mir das hoch willkommen.

I: Gibt es eine Mission, die sie als Blogger verfolgen?

P03: *Nein.*

I: Dann kommen wir jetzt zu dem Thema der Qualität und Ethik in Weblogs. Da geht es jetzt einmal hauptsächlich um Weblogs anderer Journalisten in Österreich allgemein. Wie würden sie das sehen, welche Rolle spielt ihrer Meinung nach Qualität in österreichischen Weblogs, speziell für Journalisten?

P03: *Das kann ich nicht sagen*.

I: Was ist für Sie ein qualitativ hochwertiges Blog? Haben sie da eine Vorstellung darüber, was das ausmachen könnte?

P03: Ich kann nur versuchen, dass zu beschreiben, was (überlegt) meine eigenen Grundsätze sind. Die differieren in Wahrheit nicht sehr stark von dem was sich sonst beim Schreiben tut. Ich bin **kein** großer Freund vom schnellen „Hinrotzen“ von irgendwelchen Dingen. Das heißt es müssen die Dinge eingehalten werden, die auch in der journalistischen Arbeit eingehalten werden.

I: Das heißt, journalistische Handlungsweisen haben bei Ihnen auch bei der Arbeit auf dem Weblog hohe Priorität?

P03: Unbedingt (Anm.: haben journalistische Handlungsweisen auch am Weblog Priorität)! Das beginnt mit dem Thema Recherche. Das beginnt natürlich mit dem Thema sprachliche Qualität der Verarbeitung. (überlegt) Was vielleicht etwas anders ist, (überlegt) ist dass die Form meinem Gefühl nach noch kürzer und *schneller sein soll*, als es bei gedruckten Versionen (überlegt) möglich und der Fall ist. Und dass man vielleicht auch einmal eine

Sache etwas „flapsiger“ und lustiger anreißen kann, als ich das üblicherweise in einer gedruckten Version machen würde. Aber die Basis muss trotzdem stimmen.

I: Und Ihre Kriterien für die Themenauswahl am Blog?

P03: Dadurch dass es von vornherein schon einmal ein Themen-Blog ist, sind die Themen limitiert und die Kriterien sind innerhalb dessen *alles was mich interessiert und was mir auffällt*.

I: Wie verhalten Sie sich bei Interessenskonflikten?

P03: Gab es bisher noch keine.

I: Stellen Sie sich vor, sie entdecken nach der Veröffentlichung eines Eintrags einen Fehler. Würden Sie diesen beheben und danach offen legen, dass dieser korrigiert wurde?

P03: Das würde ich unter allen Umständen natürlich tun (Anm.: einen Fehler am Blog beheben und offen legen, dass dieser korrigiert wurde).

I: Wie würden Sie sich bei fragwürdigen Quellen verhalten, also wenn sie eine Quelle haben, die beispielsweise auf einem Gerücht beruht. Wie würden Sie sich dabei verhalten?

P03: Nur etwas gerüchteweise gehört zu haben, wäre mir ganz bestimmt zu wenig. Dann muss man eben querschauen, dass man eine gewisse Sicherheit bekommen kann, dass man Informationen noch von anderen Personen dazu bekommt. Eigentlich so wie ich das auch bei allen anderen Sachen journalistisch machen würde.

I: Also dann kann man sagen, dass wie sie eigentlich auch schon erwähnt haben, Sorgfalt und Wahrhaftigkeit, sind für sie Themen?

P03: Unbedingt (Anm.: Sorgfalt und Wahrhaftigkeit sind Themen).

I: Menschenwürde und Persönlichkeitsrechte?

P03: Ebenfalls (Anm.: Menschenwürde und Persönlichkeitsrechte).

I: Sicherheit vor Schnelligkeit, auch wenn das Blog Schnelligkeit bietet?

P03: Ja, auch (Anm.: Sicherheit vor Schnelligkeit).

I: Recherche?

P03: Auch (Anm.: Recherche)

I: Werden Fakten und Meinungen getrennt?

P03: *Nein* (Anm.: Fakten und Meinungen werden nicht getrennt).

I: Inwiefern wird auch in Weblogs von Nicht-Journalisten ihrer Meinung nach auf Qualität Wert gelegt?

P03: (Ratlosigkeit) Das ist eine gute Frage. Das kann ich schwer beurteilen. Also wenn ich in die Situation aus den beschriebenen Gründen über etwas gestolpert bin…(überlegt) für mich hat die Information, die da irgendwo im Netz verbreitet wird, grundsätzlich nur dann einen Sinn wenn sie halbwegs verlässlich ist. (überlegt) Wenn ich das Gefühl habe, da begibt man sich auf sehr „harglichen" Boden, dann wäre das für mich als **Nutzer** völlig uninteressant.

I: Zu ethischen Grundprinzipien: Seit einiger Zeit kursieren im Netz Vorschläge für einen „Ethik-Kodex" von Bloggern für Blogger. Was halten sie von dieser freiwilligen Selbstkontrolle?

P03: Das ist so eine Geschichte, das erinnert mich verdammt an den Presserat, (überlegt) den man immer dann bemerkt hat, wenn gerade eine wieder größere Katastrophe passiert ist. Und genau die Kriterien für die als Standard nicht eingehalten wurden. Ich bin **sehr** im Zweifel. Weil ich meine die Menschen, die sich an so etwas halten wollten, die tun es ja sowieso und die anderen *werden wir vermutlich nicht bekehren können*.

I: In Hinblick darauf, was halten Sie dann von Sanktionierungen, wenn ein Blogger gegen Vorschriften verstößt?

P03: Wenn in einem Blog strafrechtlich relevante Dinge stehen, *dann ist das ohnehin eine Frage der Gerichte und dann meine* ich wäre das ein Punkt dass man…aber ich weiß nicht ob ein Ausschluss aus der Blogosphäre (überlegt) der richtige Weg ist – dann ist es einfach eine Sache der Justiz, dann ist es einfach notwendig, Anzeige zu erstatten, das ist keine Frage. Der

Klassiker wären irgendwelche Dinge - Verstöße gegen das Verbotsgesetz. Ein ganz einfacher Fall, das ist anzeigenpflichtig.

I: Ist es für Sie schwerwiegender wenn das ein Journalist tut oder sagen wir ein „normaler" Blogger?

P03: Ich glaube das Strafrecht unterscheidet nicht zwischen Journalisten und Nicht-Journalisten und das ist auch richtig so. Ich meine es würde mehr verwundern von einem Journalisten, da er eigentlich von Berufswegen ein geschärfteres Bewusstsein dafür haben sollte. Aber die Konsequenzen, die daraus zu ziehen sind, *müssten identisch sein*.

I: Sind Weblogs in Österreich bereits Quelle und Mittel journalistischer Berichterstattung geworden und wenn ja, in welchem Umfang? Jetzt haben wir vorhin gehört, sie benutzen fremde Weblogs eigentlich kaum. Zu welchem Zweck nutzen Sie Weblogs anderer Personen?

P03: Nein, ich recherchiere nicht in fremden Weblogs. Wie gesagt…eigentlich nicht.

I: Inwiefern verändert die enorme Dynamik der Blog-Kommunikation den journalistischen Alltag?

P03: Das kann ich nicht *beurteilen*.

I: Glauben Sie, dass Journalisten von Weblogs profitieren können?

P03: Das glaube ich in jedem **Fall**. Ein zentraler Punkt, den wir schon angesprochen haben ist der, dass die Nähe zwischen Nutzer und Autor größer ist und man wesentlicher unmittelbarer erfährt welche Reaktionen es gibt. Das halte ich für meinen Beruf nahezu (überlegt) für essentiell und sehr wichtig – es ist eine sehr spannende Erfahrung in diesem Bereich auf alle Fälle. Und das zweite ist eigentlich meine Hauptmotivation, dass man einen kritischen Blick für Themen schafft, die sonst eigentlich untergehen würden.

I: Zuletzt wollen wir auf das Verhältnis zwischen der österreichischen Blogosphäre und traditionellen Medien eingehen: Haben nationale Medienunternehmen im internationalen Vergleich Ihrer Meinung nach, Nachholbedarf in diesem Bereich?

P03: Ich glaub' die nationalen Medien haben in dem gesamten Online-Bereich massiven Nachholbedarf. Egal von welchem Segment wir reden, hinken wir z.B. auch der Situation in Deutschland *hinterher*.

I: Könnten Sie dazu ein Beispiel geben?

P03: Ich kann das weniger für die Blogger-Szene beurteilen. (…) Wenn bei uns irgendeine Idee aufgegriffen wird, dann sind die wirklich guten Online-Medien in Deutschland – und da ist vor allem Spiegel für mich *maßgebend* – (überlegt) und wir diese Idee irgendwann einmal entwickelt haben, dann sind die schon längst wieder ganz wo anders. Das ist ein Hase-Igel-Syndrom, wobei sie in dem Fall wirklich schneller und weiter sind. Sie haben natürlich früher begonnen. Das merken wir ja auch hier in der Presse jetzt allmählich, was Zeit in Relation zum Online-Auftritt vom Standard bedeutet. Die sind einfach um einiges weiter, wir uns in den letzten Jahren allmählich zu einem halbwegs ernst zu nehmenden Netz-Auftritt (überlegt) durchringen haben können. Und diese Zeit holt man einfach nicht so rasch auf. Die ganze Online-Geschichte (überlegt) ist in Österreich kurioser Weise – ich weiß auch nicht warum – lange Zeit verschlafen worden. Obwohl der Standard da relativ früh kapiert hat, *wohin die Post geht*.

I: Haben Sie es schon einmal erlebt, dass Themen, die in der Blogosphäre aufgegriffen werden, den Weg in die klassischen Medien finden?

P03: Es gab – das habe ich allerdings nur am Rande verfolgt – im Zusammenhang mit der österreichischen Nationalratswahl gab es Blogs, die dann tatsächlich passagenweise in die Zeitung kamen und in der gedruckten Zeitung reflektiert wurden.

I: Wie würden Sie den Einfluss, den Weblogs heutzutage auf Journalisten und ihre Medien haben, beschreiben? Denken Sie, z.B. dass der Grund für das wachsende Interesse an Blogs, die Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien ist?

P03: (kurze Pause/ überlegt) Das glaube ich nicht einmal so sehr. Ich glaube eher – und das ist der Punkt den ich sehr spannend finde - es ist eine zusätzliche Tribüne, die, (kurze Pause) völlig egal welche Diskussion wir jetzt über die Bedeutung vom Internet über die Zukunft (überlegt) abgeben können, die auf alle Fälle einmal interessant ist und da bin finde ich es wichtig, dass man *neugierig genug ist, sich das anzuschauen.* Da überlege ich mir noch gar nicht, was in 10 oder 5 Jahren passiert. Ich glaube nicht, dass aus einer **Unzufriedenheit** der Leser mit einer gedruckten Zeitung, die Blogs beginnen zu florieren. Ich glaube eher, es ist

einfach ein zusätzliches Angebot. Und dieses zusätzliche Angebot muss genutzt werden sinnvoller Weise.

I: Weblogs werden oft als Gefahr für die klassischen Medien thematisiert. Wie denken Sie über diese Überlegungen?

P03: Na ja, das sind diese ewigen Geschichten…(genervt) [das Kino bringt das Theater um – irgendwann vor 100 Jahren - das Radio bringt wieder alles andere um und das Fernsehen das Radio und jetzt ist es das Internet, das alles andere umbringt.] In Wahrheit stellt sich dann heraus, natürlich bleiben die Dinge nicht so wie sie sind und die Verhältnisse verändern sich. Und das Fernsehen hat unseren Alltag verändert, genauso wie das Internet unseren Alltag nach wie vor verändert. So hat die Mediennutzung die Form wie wir Nachrichten reflektieren und wir zu Nachrichten kommen nachdrücklich verändert. Aber es gibt in der Geschichte meines Wissens nach kein einziges Beispiel wo ein Medium verschwunden **wäre**. Es interessiert mich an einer neuen Entwicklung nie die Gefahr, die es für das Alte darstellt sondern die Chance, dass es etwas Neues ist. Aber diese „Sonnenuntergang des Abendlandes-Philosophie"…

I: Welche konkreten Erwartungen haben Sie in Hinblick auf die Zukunft?

P03: Es ist noch etwas zu früh, um das einschätzen zu können. Aber ich denke mir schon, dass das eine Sache ist die in einem bestimmten Segment eine ganz manifeste Chance hat, keine Frage. Die eine bestimmte Aufgabe erfüllen kann, die dadurch dass sie tendenziell grundsätzlich einmal sehr viel stärker personalisiert ist als das in einem allgemeinen Zeitungsbeitrag der Fall ist, (überlegt) auch andere Bedürfnisse abdeckt, andere Wünsche anspricht und ihren Zweck erfüllen wird.

Fall D

I: Was sind Ihre Motivationen/ Intentionen für die Führung Ihres Weblogs?

P04: In erster Linie wollen wir für unsere Leser Hintergrundinformationen liefern, was im Redaktionsalltag passiert und was man aber nicht in der Zeitung schreiben kann. (kleine Pause) Inzwischen hat es sich ausgeweitet auch auf andere Themen, einfach weil wir zu lange Pausen (mehrmals) dazwischen hatten.

I: Bloggen Sie innerhalb oder außerhalb der Arbeitszeit?

P04: Momentan ist es so, dass ich weder Blogs lese noch genug Zeit finde um in meinem genug zu schreiben. Der Blog bringt mir auch keine finanziellen Vorteile.

I: Haben Sie bereits negative Erfahrungen mit dem Bloggen gemacht?

P04: Eigentlich habe ich bisher nur positive Erfahrungen durch den Blog gemacht.

I: Wie wichtig ist Ihnen der Kontakt mit Ihren Lesern?

P04: Mir persönlich ist der Kontakt sehr wichtig**.** Es ist auch schon vorgekommen, dass man mit Beschimpfungen umgehen muss, dann ist der Kontakt natürlich eher unangenehm, denn auf die kann man verzichten.

I: Wodurch treten Sie mit Ihren Lesern in Kontakt?

P04: Durch **E-Mail** weil wir bei den Einträgen immer die email- Adresse dazuschreiben und bei umstrittenen Themen wie der *EU* oder *ethischen Fragen* melden sich die Leser dann schon und ich schreibe ihnen dann schon zurück. Dieser Austausch per email geht dann schon öfter hin und her, was ich sehr interessant finde. Auf den Blog bekommen wir eigentlich fast ausschließlich mündliche Reaktionen. Kommentare verfasst da fast niemand, wenn dann schreiben die Leute persönliche Mails.

I: Könnte man sagen, dass Sie als Blogger eine Mission verfolgen?

P04: *Nein.*

I: Welche Rolle spielt Ihrer Meinung nach Qualität in Weblogs, speziell bei Journalisten?

P04: Es kommt immer darauf an wie man selbst Qualität definiert. Ich finde ein Weblog muss kurzweilig sein, nicht alle substanziellen Sachen werden wie in der Tageszeitung dort eingehalten. Es sind also andere Qualitätskriterien, die im Blog von Bedeutung sind. Kurzheit, Knappheit, (überlegt) Schnelligkeit ist hier wichtig. Tiefgründiges kann man hier weniger verarbeiten, dafür ist die Zeitung besser geeignet. Gut ist, dass der Blog Platz bietet, den die Zeitung ja nicht bietet.

I: Welche journalistischen Darstellungsformen entsprechen Blog-Beiträgen am ehesten?

P04: Ich finde ein Blog ist eher so ein „Seitenblicke"-Medium, ist also für keine Beobachtungen und Anektotisches geeignet. Für „Hardcore"-Nachrichten verwenden wir es im Allgemeinen nicht, weil *die stehen in der Zeitung*. Also ich würde sagen, es ist eher so ein Nebenstrom, so wie eine Anmerkung in einem Buch. Das würde ich sagen ist die *Funktion*.

I: Lesen Sie Blogs von Nicht-Journalisten?

P04: Früher hab ich mal den Peter Pilz gelesen, denn er hat einen starken politischen Blog geschrieben, welcher Hintergrundinformationen geliefert hat, (umblättert) aber ich muss gestehen dass ich derzeit nicht dazu komme um da einige Blogs durchzuwühlen, obwohl es *wahrscheinlich etwas bringen würde*.

I: Glauben Sie, dass Journalisten durch ihr Rollenselbstverständnis mehr Wert auf Qualität legen, also Menschen die aus anderen Gründen bloggen bzw. als Nicht-Journalisten?

P04: (unruhig) Ich glaube, dass jeder Wert auf Qualität legt, es fällt uns als Journalisten wahrscheinlich durch unsere Routine leichter zu schreiben.

I: Wie würden Sie ein qualitativ hochwertiges Blog beschreiben? Was zeichnet dieses aus?

P04: (lange Pause/ unruhig) Hier ist es ganz schwer eine Antwort zu geben. Ich meine, der Peter Pilz z.B. ein ganz anderes Blog hat als beispielsweise ein Komiker. Grillo hat in Italien zum Beispiel durch seinen Blog Politik gemacht und war sehr erfolgreich. Er hat wirklich damit Politik beeinflusst. (umblättert) Blogs, die beispielsweise eine Tagebuchfunktion haben, wo Menschen ihre Erfahrungen miteinander teilen (unruhig) das kann auch sehr gut sein. Auch die Jelinek, die ihre Romane in den Blog stellt…man muss sich immer fragen: „Was ist Qualität?" Qualität ist einfach wenn Form und Inhalt zusammenpassen bzw. einander gerecht werden. Das kann in verschiedensten Formen passieren. (überlegt) Die Frage ist zu allgemein, würde ich sagen.

I: Gut, dann frage ich Sie genauer. Was sind die wichtigsten Quellen Ihrer Blog-Einträge?

P04: Die wichtigsten Quellen sind *unmittelbare* Erfahrungen.

I: Gibt es Kriterien für die Themenauswahl am Blog?

P04: Mein Kriterium ist das was den Leser interessiert. Da gehe ich voll und ganz auf meine Leser ein.

I: Setzen sie Links beim Online-Quellen und Offline-Quellen?

P04: (lacht) Ich verwende sie zwar nicht immer, aber wenn ich Online-Quellen verwende setze ich schon Links darauf. Auch bei Offline-Quellen hab ich das schon gemacht.

I: Wie gehen Sie mit Interessenskonflikten um?

P04: (umblättert/unruhig) Hier gelten die gleichen Kriterien. Ein Blog ist mehr an der Grenze, (…) man kann Dinge schreiben, die man in der Tageszeitung nicht schreiben kann. Z. B. in Bezug auf Politiker, man kann über Hintergrundgeschichten berichten, allerdings muss man sich da auf seine Intuition verlassen, (…) ob man dies und jenes im Blog *schreiben kann*.

I: Welche der folgenden Qualitätskriterien sind Ihnen am Blog wichtig?

P04: Unabhängigkeit, Sorgfalt und Wahrhaftigkeit, Menschenwürde, Persönlichkeitsrechte, Informantenschutz und Gewichtung der Themenauswahl: Hier gilt für mich am Blog das **gleiche** wie in der Zeitung. Ich repräsentiere ja auch das Medium durch den Blog. Wenn ich privat schreibe ist es was anderes. Recherche ist ein großes Wort für so ein „Blögchen". Recherche kommt hier eigentlich nicht vor. Sicherheit vor Schnelligkeit ja, es ist ja kein *schneller* Blog, den wir machen. (unruhig) (…)

I: Welche Rolle spielen für Sie ethische Prinzipien in Journalisten-Weblogs?

P04: (kleine Pause) Dieselbe Rolle wie auch im Ursprungsmedium (Anm.: spielen ethische Prinzipien).

I: Es kursieren seit einiger Zeit Vorschläge für einen „Ethik-Kodex" von Bloggern für Blogger. Was halten Sie von dieser freiwilligen Selbstkontrolle?

P04: Ich kann mir eigentlich nichts darunter vorstellen. Ich finde auch, dass man das nicht kontrollieren kann. Die freiwillige Selbstkontrolle kann nur durch den einzelnen stattfinden.

I: Das heißt, Sie sind also eher dafür, dass wenn ein Blogger gegen die Vorschriften verstößt, z.B. wissentlich falsche Informationen veröffentlicht, dass Sanktionierungen wie der Ausschluss aus der Blogosphäre oder die Meldung des Blogs nicht geltend gemacht werden sollen?

P04: (…) Ich denke, dass es jetzt eigentlich noch kein Problem ist. Sollte es aber eines werden (unruhig) würde ich diese Sanktionierungen schon begrüßen. Ich sehe das Problem – das gleiche eigentlich – bei der Zeitung, (abgelenkt) ich meine es gibt keinen Ethik-Rat mehr, der aber wichtig wäre. Sie haben eigentlich – glaube ich - freie Wildbahn, man denke nur an Amstetten. Wenn ich daran denke, was in diesem Fall alles zu lesen war in den Zeitungen, wobei das zwar alles verboten war. *Das ist schon ein Problem.*

I: Weil Sie auf den Peter Pilz eingegangen sind: Glauben Sie dass in Weblogs von Nicht-Journalisten auch auf Qualität eingegangen wird?

P04: *Ja sicher*, Pilz macht ja auch Politik damit. Er setzt das ganz gezielt ein, das ist völlig legitim, und er bringt auch einen hohen Anspruch hinein. Deshalb finde ich schon, dass auch in solchen Weblogs (Anm.: von Nicht-Journalisten) auf Qualität Wert gelegt wird.

I: Zu welchen Zwecken nutzen Sie Weblogs von anderen Personen?

P04: Im Moment nutze ich andere Weblogs *eigentlich gar nicht*. Ich schaffe es nicht ständig mich damit auseinander zu setzen. Ich recherchiere auch nicht in anderen Blogs. Ich suche auch nicht nach Ideen oder Themen in anderen Blogs. Dafür nutze ich sie derzeit einfach zu selten. Bei Peter Pilz habe ich den Blog auch aus Spaß an der Sache gelesen oder genutzt.

I: Würden Sie behaupten dass Weblogs zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit geworden sind?

P04: Für **mich** kann ich das ausschließen (Anm.: dass Weblog zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit geworden sind). Vielleicht ist das bei anderen Journalisten anders.

I: Merken Sie, dass die enorme Dynamik der Blog-Kommunikation den journalistischen Alltag beeinflusst oder verändert?

P04: (unruhig) Das Internet und die Suchmaschinen…würde ich sofort mit ja beantworten. Aber bei Blogs da wüsste ich eigentlich nicht wie. (umblättert) Mir fehlt es da auch an Beispielen. Sonst wenn man auf Blogs stößt ist auch oft nicht so viel Relevantes drinnen.

I: Inwiefern profitieren Sie persönlich vom Bloggen?

P04: Derzeit nicht, weil ich sie nicht nutze. Das gebe ich zu, *ich mach es zu selten*.

I: Haben nationale Medienunternehmen im internationalen Vergleich für Sie Nachholbedarf in diesem Blogging-Bereich?

P04: (lange Pause/ abgelenkt) Also ich kenne das nur von einer Medientagung ...Und **das** glaub‘ ich ist schon gut für eine Zeitung wenn das diese Dimensionen annimmt. (…) Insofern

würde ich das mit ja beantworten. (…) Es gibt in Österreich diese Größenordnung nicht, diese **Mengen**.

I: Haben Sie es schon einmal erlebt, dass ein Thema, das in einem Blog veröffentlicht wurde, Eingang in die Berichterstattung der traditionellen Medien findet?

P04: (lange Pause/überlegt) (…) Dazu fällt mir nichts ein. Da habe ich zu wenig wissenschaftlichen Bezug zu dem Thema.

I: Glauben Sie, dass das wachsende Interesse an Blogs mit einer Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien einher geht?

P04: (lange Pause) Nein, (abgelenkt) ich glaube es ist eher umgekehrt. Wie gesagt es ist doch so, das Klatschgesellschaft heute, dass sich viele Leute sich für Klatsch interessieren oder für Seitenblicke und den Dominik Heinzl. Es ist doch eine Zeit der Geschwätzigkeit diese gesamte Blogosphäre, die Chats und so. Belanglosigkeit oder einfach dass man irgendwie miteinander kommuniziert. Das kann eine Zeitung in dieser Form nicht befriedigen und deswegen würde ich sagen, das Wachsen dieser **Sphäre** das kann zum Problem der Zeitung werden, denn wenn man das gewöhnt ist und je mehr das um sich greift, umso schwieriger wird es eine Zeitung haben. Weil da Stoff drinnen ist, der schwieriger verdaulich ist. Das zwingt die **Zeitung** immer leichter zu werden, *noch mehr Leute-Themen drinnen, noch mehr Klatsch.* Ich glaub einfach, dass es eher umgekehrt ist, nicht dass die Zeitung die Leute vertreibt, sondern dass sich *die Leute immer mehr etwas anderes von der Zeitung erwarten werden.*

I: Weblogs werden oft als Gefahr für den Journalismus dargestellt. Was denken Sie darüber?

P04: Das *denke ich überhaupt nicht*, weil ich glaube je größer der „Wust“ von Angeboten im Netz wird, umso (bestimmt) größer wird das Bedürfnis nach Orientierung, nach aussortierter, **kontakter** Informationen auf die man sich verlassen kann. Das heißt also Marken, von denen der Leser oder Konsument glaubt, die bieten mir verlässlich was wichtig ist und die haben die Vorsortierung schon gemacht und je größer dieses „Mehr“ wird, umso unübersichtlicher wird es. Deshalb muss jemand diese Arbeit leisten, ein traditioneller „Trichter“ zu sein, das sind Zeitungen und andere traditionelle Medien. Ich weiß, noch vor

drei Jahren hat es geheißen, die Leserreporter würden die Journalisten ablösen, sie werden nicht mehr wichtig sein. **Je mehr das kommt**, dieses Bürgerelement, **umso wichtiger** werden die Journalisten, weil sie die Bewertung vornehmen müssen, was kommt in die Zeitung usw. Und die Leute haben auch immer weniger Zeit und je weniger Zeit sie haben umso mehr brauchen sie die Informationen vorsortiert. (…)

I: Haben sie in Hinblick auf das Weblog-Phänomen irgendwelche konkreten Erwartungen oder Wünsche für die Zukunft?

P04: (lange Pause) Ich hoffe und ich glaube, dass das eine unglaubliche Bedeutung haben kann in totalitären Staaten. *Also für Demokratie kann es sehr wichtig sein und werden.* Also in einem Land wie China wo einfach die Presse nicht wiedergibt oder wiedergeben kann was Tatsache ist. Dort kann das glaub ich hilfreich sein. Beispielsweise dieses OhMyNews hat wahnsinnigen Erfolg, (…) mit glaub ich 44.000 Leuten, die sich als Journalisten verstehen, jedoch keine sind. Ich kenne jemanden, der versucht so etwas in Deutschland hochzuziehen. *Ich bezweifle aber, dass das funktionieren wird, da das so transparent ist und die Medien eh da sind und der **Bedarf*** nach so etwas Improvisiertem wahrscheinlich nicht da ist. Aber ich denke wie in Gebieten wie dem Irak da wäre es sehr wichtig. So etwas kostet nichts, man braucht *kein Papier und keine Druckerei* und kann miteinander kommunizieren auf *einer sehr informellen Ebene. Außer dass es lustig ist*. Es hat mich beschäftigt, weil **das Verhalten** von Lesern völlig *offen gelegt wird, das schon*.

Fall: E

I: Was ist in erster Linie Deine Motivation, Deine Intention ein Weblog zu schreiben?

P05: Angefangen habe ich, indem ich (…) (überlegt) einen Haufen E-Mails geschickt habe an (überlegt) einen großen Medienmacher in Österreich und die scheinen halt allen ….wie man als Medienkonzern das Web nutzen soll. Und dann habe ich mir gedacht, ich schicke die E-Mails, die ich ihm schicke an alle *auf der ganzen Welt*, das sollen **alle** lesen. Das war das eine. Und das zweite ist, dass ich nie wirklich den Platz gehabt habe, den ich gebraucht hätte, weil das Thema so ein wichtiges ist über das ich schreibe – behaupte ich jetzt einmal – es gibt auch Leute, die andere wichtige Themen haben, aber in der Zeitung hat man einen eingeschränkten Platz für Technikinhalte**.**

I: Hat das Blog für Dich auch einen Networking-Faktor?

P05: Ja sicher (Anm.: Networking-Faktor). Außerdem kann ich schreiben *aber was ich will, wann ich will*, ich bin da komplett frei.

I: Das heißt, bei Dir gibt es keine redaktionellen Eingriffe?

P05: Nein, wer soll da eingreifen?

I: Ich meine, da Dein Blog kein klassischer Medienblog ist, wird es keine redaktionellen Eingriffe geben, oder?

P05: Nein. Mein Blog behandelt auch Medienthemen, wohin sie gehen wohin sie sich bewegen sollen, was wichtig ist für einen Medienkonzern.

I: Führst Du das Blog aufgrund des Berufs oder aus privaten Gründen?

P05: Ja, das kann man (verärgert) *schwer trennen bei Journalisten*. Weil entweder hast du ein – wie sagt man denn – Bedürfnis deine Meinung zu sagen und dann Inhalte „raus zu tun" oder nicht und *ich habe dieses Bedürfnis.*

I: Hast du eine bestimmte Zeit wann du bloggst?

P05: Wenn ich Zeit habe (Anm.: blogge ich). Nein, das mache ich nicht innerhalb der Arbeitszeit, sondern dann wenn ich nicht da herinnen bin, außerhalb meiner *__**eigentlichen**__ Arbeitszeit* und das zeigt halt auch …Wenn jetzt rauf schaust dann ist das ein bisschen „verweist" ist das Ganze. Und das zeigt halt auch wie bei vielen anderen Bloggern auch, wenn man viel zu tun hat, dann schreibt man halt __weniger__ auf dem Blog und *wenn man ohnehin weiß, wo man die Zeit her nehmen soll, dann schreibt man halt *mehr*.*

I: Hast Du mit dem Bloggen bereits negative Erfahrungen gemacht?

P05: __*Nein.*__ (fragend)

I: Und welchen Stellenwert nimmt das Bloggen in deinem Tagesablauf ein?

P05: Derzeit, @__wenig@__. Generell schon **viel** __weil__ es mir wichtig ist und __weil__ man den **Erfolg** von einer Geschichte sehr gut messen kannst. Den Verlauf von einer Geschichte und viele Abonnenten habe ich dazu gewonnen, Rss-Abonnenten. Weil man Kommentare hinterlassen kann, das ist ein __viel besseres Feedback als man in einer Tageszeitung haben kann__. Wenn jemand deine Geschichte gut findet, oder schlecht findet, aber er gibt Dir (Anm.: in der Tageszeitung) nichts zurück.

I: Wie viele Zugriffe hast du denn in etwa?

P05: (nachdenkend) __600 Abonnenten__, aber im Moment spielt es sich gerade ab, weil ich habe im Jänner eine Excel-Liste online gestellt, über die Euro und das scheint irgendwo verlinkt zu sein. Und ich habe *2000 Zugriffe/ Clients am Tag* und das ist doch recht viel.

I: Wie wichtig ist Dir der Austausch mit den Lesern?

P05: __Voll wichtig__. Du kannst…ich stell oft Sachen online z. B. WebSpezial – *ich weiß nicht ob Du das kennst* – die Kleine Zeitung hat vier Mal im Jahr ein Heft übers Internet. Und das stell ich meistens schon vor Drucklegung rein, *damit ich Feedback bekomme.* Das kann

man natürlich nicht mit allem machen im Journalismus, eine „Aufdecker"-Geschichte kann man nicht reinstellen. Feedback ist unglaublich wichtig, weil es dir einen Rat gibt wo du gut bist oder schlecht bist und wo du dich verbessern kannst. Und dieses Feedback hast du da herinnen (Anm.: in der Redaktion)(kurze Pause) kaum, in allen Formen von Mainstream-Medien.

I: Du nimmst also diese Vorschläge und Kritik an von den Lesern?

P05: Ja natürlich (Anm.: nehme ich die Kritik an), wenn ich einen „Scheiß" geschrieben hab, steht das auch drinnen. Dann musst du damit leben. Beim nächsten Mal recherchierst **genauer** oder schreibst weniger angriffig *oder mehr, je nachdem*.

I: Ich habe eher gemeint, ob z.B. wenn du dieses Heft online stellst, ob dann schon mal Vorschläge gekommen sind, die dich dann dazu bringen können, etwas zu überdenken oder verändern?

P05: *Ja, ja sicher*, aber eher kleinere Sachen eher. *Ich hab zum Beispiel mal eine Heft reingestellt und die Leser gebeten, dass sie das korrigieren können, auf Rechtschreibfehler. Und so wenige Rechtschreibfehler hat es noch nie gegeben, in keiner Ausgabe.*

I: Zur Kommentarfunktion: Entstehen Deiner Meinung nach wertvolle Diskussionen am Blog, unter den Leser, mit Dir…?

P05: (zögerlich) Kann sein. Es ist halt sehr **asynchron**. (überlegt) Wenn jemand einmal einen Kommentar hinterlassen hat, dann kommt er eher nicht wieder zurück und schaut dann ob jemand auf diesen Kommentar geantwortet hat. Das gibt es noch *Verbesserungsbedarf* und da gibt es erste Werkzeuge dafür. Unterhaltung (kurze Pause) ist **mehr** als einfach meine Meinung zu hinterlassen. Das kommt noch.

I: Gibt es eine Mission, die Du als Blogger verfolgst?

P05: (stockend) [Ja, möglichst viele Leute zu finden, möglichst viele Subscriber zu finden,] – (überlegt) das klingt jetzt blöd – das sind die gleichen Ziele wie in den Mainstream-Medien, möglichst eine Leserschaft aufzubauen. Aber wer weiß vielleicht funktioniert das in 10

Jahren, vielleicht machen wir in 10 Jahren eine Zeitung. (stockend) [Also ich sehe das Blog als Tool um Aufträge zu bekommen. Ich habe schon mehrmals Aufträge bekommen für „xy" zu schrieben, nur weil ich einen Blog habe. Das ist ja auch nicht zu unterschätzen.]

I: Welche Rolle spielt Deiner Meinung nach Qualität in Weblogs von österreichischen Journalisten?

P05: *Ich kenn' nur wenige Journalisten-Blogs*. Ich lese eher andere. Ich kenne ein paar, (überlegt) die das manchmal richtig sehen, manchmal das Medium missverstehen. Es ist nicht eine Plattform wo ich Content recyceln kann, es ist keine Plattform wo ich in demselben Stil schreibe wie in der Zeitung. Ein Blog lebt von Links, vom Eingehen auf Kommentare und das müssen viele erst lernen bei uns. Die Qualität hängt *auch von der Quantität ab*. Wenn du viele Leute hast, die so etwas **machen**, dann wird die Masse dadurch besser. Weil sie müssen ja einen Benchmark haben, weil sie wissen wo es hingeht. Leider machen es in Österreich wenig, deswegen kann man da einfach noch nichts sagen. Aber wie viele Journalisten machen das in Österreich…(fragend) ich glaube so um die 20.

I: Ich habe ungefähr 33, es gibt aber mehr als 40… (…) Was meinst Du welche journalistischen Darstellungsformen entsprechen Blog- Beiträgen am ehesten?

P05: Meinung am ehesten. Also vom Stil her schreibe ich in der Zeitung ganz anders als am Blog. Das heißt nicht, *dass es schlechter ist*, nur das viel mehr Meinungsfärbung drinnen ist am Blog. Es ist durch aus subjektiver, aber *ohne dass man die Fakten verdreht*, aber einfach mehr meinungsbeladen. In Österreich haben wir ja eine sehr hohe Medienkonzentration. Je mehr *Medienkonzentration* desto (überlegt) weniger Vielfalt an Meinungen hast du im Mainstream-Bereich. (…) Aber weil Blogs viel mehr **gefärbt** sind mit Meinungen hast, hast du ein unendliches Spektrum an Meinungen und das macht es auch spannend.

I: Wie beurteilst Du die Leistungen von Journalisten im Vergleich zu nicht-journalistischen Bloggern? Lassen sich in Hinblick auf Qualität Unterschiede erkennen?

P05: Ich lese **viele** Nicht-Journalisten Blogs und ich muss sagen, (überlegt) dass du viele *Fertigkeiten im Journalistenberuf lernst*. Das eine ist dass du weißt wie du recherchieren musst, dass du einfach den Hörer nimmst und sagst: „Hallo Georg Holzer, Kleine Zeitung,

was ist da los…?“ Du hast viel mehr **Access**, die Schreibe ist auch schöner und besser – *das ist jetzt eine Verallgemeinerung* – aber zum Beispiel (überlegt) Wortwiederholungen, bei Journalisten ist das viel flüssiger und leichter zu lesen. (überlegt) Das heißt aber nicht, dass inhaltlich andere Blogs nachhängen, du merkst einfach dass da *jemand schreiben gelernt hat*. Wenn du zum Beispiel den Blog von Florian Klenck ließt, oder den Blogger „XY“, der viel größer ist in der Blogosphäre, *viel mehr verankert ist* und im Fach *viel besser drinnen ist*, den Unterschied merkst du. Und eigentlich ist das (kleine Pause) ein Vorteil den wir – oder viele – nicht *ausnutzen*.

I: Eigentlich hast du es schon angesprochen, aber kannst du ganz konkret sagen, wie stehst du in Hinblick auf J-Blogs zu subjektiven und parteiischen Meinungen? Haben diese eine Berechtigung?

P05: (selbstverständlich klingend) Was ist ein Blog? Ein Blog ist eine Website auf der jeder schrieben kann, (überlegt) seine Meinung sagen kann. Wieso soll die Meinung dann keine Berechtigung haben? Jeder kann da schreiben was er will, solange gewisse Grenzen eingehalten werden, solange es keine Beleidigung ist, keine Neonazipropaganda, soll er schreiben was er will.

I: Was ist für Dich ein qualitativ hochwertiges Blog?

P05: Ein Fulltext-Feed, also eher *technische Sachen*. Ich hab‘ gerade keines, weil es einen Fehler gibt, aber das gehört her. (überlegt) **Die Dichte der Information** muss passen**,** sprich es soll viele Links geben, viele Verweise und so. Das macht einen *Blogger glaubwürdiger*, wenn du jetzt sagst dass **Firma A Firma B für 13, 6 Millionen Dollar gekauft hat und du das jetzt verlinkt hast zu einer Quelle wo das noch einmal glaubwürdig drüben steht**, *dann ist das Qualität*. Der Blogger selbst muss auch auf die Kommentare eingehen, er darf nicht denken dass die Leute einfach ihren Müll abladen, sondern muss auch zurückgeben. Sprich wenn jetzt jemand meint, ich haben einen „Scheiß“ geschrieben, dann musst (…) (bestimmt) *du auf das Feedback eingehen*. *Das muss lesbar sein*, *es sollten keine Fehler drinnen sein*, schön strukturierter Text**,** *vielleicht ein paar Bilder, mit Videos aufgepeppt*.

I: Kann man sagen das gilt auch für deinen Blog?

P05: (selbstverständlich klingend) Ja, ich versuche es halt, ich weiß nicht wie gut ich dabei bin.

I: Inwiefern ist Dir Qualität im eigenen Blog wichtig? Welche Maßnahmen zur Qualitätssicherung ergreifst Du konkret im Blog? Dazu gibt es ein paar Fragen, die darauf hinleiten können: Was sind deine wichtigsten Quellen der Blogeinträge?

P05: Also ich lese sehr viele Blogs, weil die meisten schneller sind. Und ich schreibe ja über Technik hauptsächlich und Blogs sind einfach schneller. Du kannst jetzt aber nicht hergehen und einen Blog *abschreiben*. Mit der **Zeit** wenn du das oft ließt, dann baust du ein gewisses Vertrauen auf in denjenigen. (…) Zum Beispiel der TechCrunch (Anm: ein Technik-Blog) da habe ich noch keinen Fehler gefunden, also werde ich dem das nächste Mal auch glauben. Die haben für mich die gleiche Glaubwürdigkeit wie die „*New York Times*". Aber einem Blog den ich zum ersten Mal sehe, dem glaube ich *nicht* alles. Du muss auch bei der Wikipedia und bei allen Online-Medien wo User eingreifen können, musst du noch ein bisschen mehr (überlegt) *kritisches Denken haben, kritisches Hinterfragen* ob das so stimmen kann. *Gibt's dafür noch eine zweite Quelle oder so.*

I: Setzt Du Links auf Online-Quellen?

P05: Nicht bei allen, also (überlegt) ich setze *nicht auf jedes Wort* einen Link. Aber auf gewisse Sachen schon ja, *Ich versuche es halt, sagen wir so*.

I: Wie würdest Du dich bei Interessenskonflikten verhalten?

P05: (…) Also das ist noch nie *passiert*, aber dann würde ich – wenn ein Interessenskonflikt entstehen würde – wahrscheinlich nicht schreiben**.** Ich hab schon einmal geschrieben, dass es **generell** für Medienhäuser Probleme geben wird, aber konkret *für das Haus hat es noch nie einen Anlass geben.*

I: Ist es Dir schon einmal passiert, dass Du nach der Veröffentlichung eines Eintrages oder eines Artikels einen Fehler entdeckt hast. Hast Du diesen dann korrigiert oder würdest Du das tun?

P05: (überlegt) Also wenn es wirklich peinlich wäre dann tu ich es nicht, *ich meine jeder ist ein bisschen eitel*. (…) Aber sonst schreibt man „Update" hin, oder *streichst es durch*, aber wenn es wirklich peinlich ist, *dann tut man das nicht*.

I: Verwendest Du auch fragwürdige oder parteiische Quellen?

P05: Naja, was ist eine parteiische Quelle. Wenn das ein Google-Blog ist dann ist das schon **parteiisch**. Klar, nimmt man das als Quelle auch her. Aber man muss es immer bewerten und gewichten. (…) *Wenn ich jetzt einen Microsoft-Blog lese, dann weiß ich, dass hier jetzt nicht gut über Google geschrieben wird*. Das muss man aber immer im Hinterkopf haben. Gerade im Journalismus ist nach noch viel schlimmer, denn da hast du es nur mit Presseaussendungen zu tun. (bestimmt) *Wenn der „Kika" jetzt sagt, er ist das beste Möbelhaus, na warum wird er das sagen.* *Im Journalismus und der PR in diese Richtung ist das ja noch brutaler*.

I: Ich zeige Dir nun eine Liste mit journalistischen Qualitätskriterien bzw. Grundsätzen. Kläre bitte, wie Du die Berichterstattung in Journalistenblogs in Hinblick auf diese Qualitätskriterien beurteilst.

P05: (fragend) Alle werden eigentlich in Journalisten-Blogs angewendet, außer die Trennung von Fakten und Meinungen. (überlegt) Naja, in einem Blog schreibt man auch anders, *also wenn du nur über Meinungen schreibst*, wo sollst du dann Fakten checken. Weil es halt ein sehr meinungsbezogenes Medium ist. (überlegt) Aber die Wahrheit, Sorgfalt und Wahrhaftigkeit (…) wirst du trotzdem nicht verdrehen und die Menschenwürde und Persönlichkeitsrechte wird man auch nicht unbedingt verdrehen. Recherche und Gewichtung der Themenauswahl bleibt komplett dir überlassen. *****Es gibt keinen, der dir da dreinredet.* Sicherheit vor Schnelligkeit, (kleine Pause) da könnten wir diskutieren drüber, es hängt davon ab welchen Blog du hast. Informantenschutz wird sicher nie ein Problem sein. (überlegt) *Die drei Punkte könnten wir diskutieren:* Handwerklich saubere Recherche, Sicherheit vor Schnelligkeit und Fakten und Meinungen. **Weil es ein Medium ist wo viel Meinung drinnen ist** und da ist die Frage von welchem Blog man gerade redet.

I: Welche Rolle spielen ethische Prinzipien in Journalisten-Blogs? (…)

P05: Es (Anm.: ethische Prinzipien in Blogs) spielt **schon** eine Rolle. Man kann jetzt nicht hergehen und sagen jetzt schreibe ich für die Zeitung und bin dann ein ganz anderer Mensch *indem ich im Internet publiziere*. Ich glaube es spielt die gleiche Rolle, oder zumindest eine ähnliche. Ich meine, in einem Kommentar in der Zeitung bist du ja auch nicht 100% sachlich. ***Sachlich schon**,* aber **neutral**.

I: Seit einiger Zeit kursieren im Netz Vorschläge für einen „Ethik-Kodex" von Bloggern für Blogger. (…)Was halten Sie von dieser freiwilligen Selbstkontrolle?

P05: Freiwillig schon, also ich bin jemand der sehr **liberal** denkt und nicht *für alles Gesetze braucht*. Ich denke meine Leser sind mündig dass sie sehen ob das *gut ist oder nicht*. Ich meine, du kannst nicht auf Dauer „Bullshit" schrieben, du kannst nicht auf Dauer Sachen falsch machen und dich dann fragen, *wozu brauche ich ein Gütesiegel.* Wenn ich **Blödsinn schreibe** laufen mir *die Leute eh davon* und genau so ist es in der Zeitung. *Ich brauche nicht für alles ein Gütesiegel, (…) eine Regelung und einen Kodex.* **Wer es will soll es haben aber ich brauche es nicht.**

I: Also würdest Du sagen, dass es sich eher selbst reguliert?

P05: Naja, sicher, wenn du einen **Blödsinn schreibst**, *dann schreibt dir ohnehin jemand einen Kommentar, dass es ein Blödsinn ist.* *Das reguliert sich eh von selbst. Wie gesagt, ich brauche nicht für alles Regeln.*

I: Würdest Du behaupten, dass man im Netz die Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten in ihren Weblogs vergleichen kann?

P05: Ich glaube, dass der Blogger genauso wie Journalisten die mit dem Medium schon sehr vertraut sind, zum Beispiel der **Robert Basic**, der ist mit dem Medium schon viel mehr vertraut, als zum Beispiel der Adolf Winkler. Der hat einen Blog, *verlinkt aber nie auf etwas.*

I: Zu welchem Zweck nutzt Du Weblogs anderer Personen?

P05: *Als Informationsquelle einerseits* (bestimmt) fachlich. *Weil ich wissen will es den Leuten geht*, die Bekannte oder Freunde sind, weil es mich interessiert an welchen Projekten sie arbeiten etc. (…) Zur Recherche nutze ich sie auch. Zur Veröffentlichung von Inhalten nutze ich meinen Eigenen. Ich poste Kommentare auf anderen Blogs (lang gezogen) nicht so oft, aber doch auch. Auch zum Networken nutze ich Blogs**.** Also jetzt tu ich gerade ein bisschen wenig, aber *wenn ich etwas super Lustiges finde*, dann auch *aus Spaß*. Es ist ja nicht nur das Blog, es gibt ja auch noch andere Tools wo man veröffentlichen kann. Twitter ist zum Beispiel so etwas. Wenn man was super Lustiges hat, dann schreibt man das schnell auf Twitter. Ich nutze andere Blogs auch zur Ideen- und Themenfindung sehr häufig und *zur Verbreitung von Wissen nutze ich meinen*.(Lachen)

I: Würdest Du behaupten, dass Weblogs mittlerweile zu einem Werkzeug journalistischer Berichterstattung geworden sind?

P05: (zögernd) [Würde ich das behaupten, müsste ich der Meinung sein, dass viele Journalisten das machen, oder?] Da ist die Frage ob jetzt ein Blogger auch ein Journalist ist. Jeder der publiziert, ist Publizist. *Wo die Abgrenzung *zum Journalisten ist, muss jeder selbst definieren*. Es ist nichts anderes als ein Content-Management-System, das ein paar Zusatzfeatures bietet.*

I: Inwiefern verändert die enorme Dynamik der Blog-Kommunikation den journalistischen Alltag?

P05: (bestimmt) Nein, (kleine Pause) das tut sie überhaupt nicht. Die meisten Leute „scheren sich einen Dreck darum“ und glauben, das sind Leute die irgendetwas im Internet schreiben und das es ein Blödsinn ist. Also wenn man sagt, das habe ich in einem Blog gefunden wird es *nicht ernst genommen*.

I: Glaubst du dann, dass Journalisten mehr von Weblogs profitieren könnten, wenn sie sie mehr nutzen würden?

P05: (bestimmt) Ja sicher. (kleine Pause) Es ist auch die zum Beispiel der Weblog im (überlegt) Städtchen „XY“ schreibt, *der Bürgermeister ist gestern betrunken nach Hause gefahren, dann kann das eine Quelle sein, wo du mit einer Recherche beginnst*. Und das

Thema RSS ist generell im Journalismus noch nicht (lang gezogen) so weit gegangen, damit können noch die wenigsten was anfangen. Und wenn (kleine Pause) es das Thema Politik in Kärnten wäre, dann müsste das Keyword „**Haider**“ in der Blogsearch abonnieren. Aber *da wissen die Leute nicht wie es geht*, weil sie oft auch *nicht wissen was RSS ist* und das wird noch länger dauern. (stockend) Da sehe ich schon, dass (überlegt) Leute, die mit Social Media umgehen können….*also um was geht es am Ende des Tages?* Am Ende des Tages geht es um Aufmerksamkeit. *Wenn ich jetzt einen Podcast habe, der 30 Minuten dauert und ich habe 100 Abonnenten, dann habe ich 300 Minuten Aufmerksamkeit. In dieser Zeit können 100 Personen kein Radio hören. Während die Leute meinen Blog lesen, können sie ganz sicher keine Zeitung lesen.* (kleine Pause) *Das heißt ich schneide mir irgendwann einmal ein Stück von Medienkuchen herunter, der sich irgendwann einmal ganz anders aufteilen wird. **(lang gezogen) Und irgendwann (kleine Pause) wird sich das monitorisieren, denn momentan ist Monitorisieren ein indirekteres Modell, wo ich sage ich präsentiere mich und bekomme deswegen Beratungsaufträge oder was auch immer. *Irgendwann wird es einmal eine Generation geben, die keine Zeitung abonniert,* dann habe halt ich den Vorsprung gegenüber meinen jetzigen Chefs. Aber so muss es eigentlich auch jeder Publizistik-Student sehen, *mich wundert, dass nicht jeder Publizistik-Student einen Blog hat, wo er beweisen kann dass er schreiben kann.*

I: Könnte man sagen, dass die Führung Deines Blogs für Deine hauptberufliche Tätigkeit von Nutzen ist?

P05: Schon, *ich bin freier Journalist*. (…) Alleine wenn ich Ideen bekomme für Anlagesachen, wo jemand in Kommentaren etwas reinschreibt und das korrigiert oder so, dann habe ich schon eine korrigierte Version für eine andere Geschichte. Meine Blogs machen wenig Crossover zwischen Print (mehrmals wiederholend) und den anderen, aber das ist nicht *ausgeschlossen, ja*.

I: Haben nationale Medienunternehmen im internationalen Vergleich Deiner Meinung nach, Nachholbedarf in diesem Bereich? Wenn ja, inwiefern?

P05: Ja sicher, die (Anm.: nationalen Medienunternehmen) tun ja gar nichts oder kaum was. Die Telekom hat einmal angefangen und da schlägt das voll ein. (überlegt) Es hängt davon ab, wo es Sinn macht. Du musst den Sinn für dich selbst *definieren*. Bei Medienunternehmen

passiert wenig. Die Kleine Zeitung hat ein Weblogsystem, wenn man sich das anschaut *wie klein die Spitze (Anm: Leserblogs) ist, die wirklich darauf schreibt, dann ist das schon klein.* (überlegend) [Ich weiß nicht wo es sonst noch so etwas gibt.] (…) Die Kollegen sollten sich einmal bemühen, Blogs einmal ernst zu nehmen und einmal zu lesen, schauen was es in ihrem Tätigkeitsbereich überhaupt gibt.

I: Hast Du es schon einmal erlebt, dass Themen, die in der Blogosphäre aufgegriffen werden, den Weg in die klassischen Medien finden?

P05: *Selten, aber doch*. Bei mir war das auch einmal so. (…) Da hat vor 3 Wochen *jemand eine Twitter-Nachricht geschickt*: „Google kauft in Oberösterreich ein Grundstück!"

I: Ah, ja das hab' ich gelesen…

P05: (neugierig) *Kennst' die Geschichte, gell?*

I: Ja, und das war ein Gerücht und dann ist das doch revidiert worden, oder?

P05: *Ja, aber das Gerücht aus den Blogs hat gestimmt, das weiß ich*, weil ich war im Juli in San Francisco und da hat mir jemand von *der Austrian Business Agency gesagt, dass ein großer amerikanischer Konzern ein „Veto(a)(?)"-Center eröffnet, oder planen will.* Woraufhin ich dann gleich @die Geschichte für Print geschrieben habe@, weil ich gewusst habe sie stimmt. Ich hab's dann vielleicht ein bisschen schlampig recherchiert *für Print*, für Online hab' ich es gar nicht geschrieben. Da gibt's den Thomas Sommeregger aus Hermagor, der hat die Kleine Zeitung gelesen *am 13. März, da haben wir ein Foto drinnen gehabt, mit dem Gusenbauer und dem IPhone. Der hat das am 13. März noch nicht haben können, weil es erst am 14. März verkauft wurde.* Wir waren dann zu blöd, ich habe das den Kollegen von der Politik gesagt, da hat ein Blog darüber geschrieben eben. Und die Tageszeitung „Österreich" hat das die Woche auf und ab gespielt. Das ist aus Blogs gekommen, ja.

I: Wie würdest Du den Einfluss, den Weblogs auf Journalisten und ihre Medien haben beschrieben?

P05: Noch zu gering (Anm.: ist der Einfluss von Blogs auf den Journalismus).

I: Denkst Du, dass der Grund für das wachsende Interesse an Blogs, die Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien ist?

P05: Glaub‘ ich nicht (Anm.: dass der Grund für das wachsende Interesse an Blogs, die Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien ist), weil du musst (…) das ist in anderen Ländern anders. In Frankreich zum Beispiel hast du *automatisch eine viel höhere Anzahl von Blogs.* Österreich ist da komplett hinten, wir sind weit hinter Deutschland, wenn man sich die Technorati-Rankings anschaut, im Verhältnis zur Bevölkerung. Ich glaub‘ es ist zu den Leuten noch nichts so weit gekommen. Und viele die etwas machen **müssten** aufgrund dessen was sie **können**, die überlegen immer noch warum oder wissen gar nicht dass es so etwas gibt, dass jeder publizieren kann. Das wird noch dauern. Es ist zum Beispiel in Frankreich viel weiter verbreitet dieser Glaube an die freie Meinungsäußerung. Das ist bei uns in der Gesellschaft nicht so (kleine Pause) verankert, im Denken dieser Leute, weil es nie Probleme gab damit. *Es hat **Zeiten** gegeben in denen es in Frankreich nicht immer so einfach war, bei uns hat es das nicht gegeben*, *außer in der Hitler-Zeit*.

I: Glaubst Du, dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die stetige, aber doch etwas langsamere Entwicklung von J-Blogs in Österreich hat?

P05: *Also dazu kenne ich sie zu wenig*. Ich **glaube** nicht wirklich (Anm.: dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die stetige, aber doch etwas langsamere Entwicklung von J-Blogs in Österreich hat). Ich glaube die Leute die Journalistenblogs **schreiben**, sind Leute die von sich aus (kleine Pause) ein Bedürfnis haben sich mitteilen zu müssen, ja. Und (kleine Pause) das hat weniger damit zu tun bei welchem Unternehmen sie arbeiten, sondern mehr mit der Persönlichkeit mit dem- oder *derjenigen Kollegen oder Kollegin*.

I: Weblogs werden in der wissenschaftlichen Literatur oft als Gefahr für die klassischen Medien thematisiert. Wie denkst Du über diese Überlegungen?

P05: (selbstverständlich klingend) Ja sicher, das hab‘ ich ja auch gemeint. Als Gefahr ist jetzt *ein bisschen übertrieben*, aber sie nehmen sich ein Stück vom Kuchen. Wenn jemand in

Google sucht *zum Thema „XY“* und kommt auf einen Blog, dann ist sein Informationsbedürfnis damit womöglich gestillt. Der weiß vielleicht gar nicht was ein Blog ist, das ist einfach publizierter Inhalt im Netz. Indem er das liest oder das konsumiert, hat er nichts anderes gelesen. Der individuelle Medienkonsum wächst zwar, aber nicht um das gleiche wie der Content wächst. *Da sich Medienhäuser streiten; sie müssen sich* mit Bloggern oder Betreibern von Websites „matchen“ wer denn den Zugriff bekommen. Wenn du dir WordPress anschaust – diese Blogging-Tools – die sind jetzt auch Suchmaschinenoptimiert und die haben sicher einen Vorteil wie man klassische Content-Management-Systeme von Online-Medienhäusern. Ich verwende auch WordPress, (…) ganz einfach zu installieren, dauert 3 Minuten.

I: In Hinblick auf das Phänomen „Weblog“: Welche konkreten Erwartungen hast Du in Hinblick auf die Zukunft?

P05: (überlegt) Ich glaube das es dem Leser oder dem *typischen Konsumenten*… Also woher kommen die typischen Weblog-Besucher? Die kommen von Google. Wenn du heute suchst nach *Shanghai und Postleitzahl*, kommst du ganz sicher auf meinen Blog. Und das ist noch immer einer der meistgelesenen Beiträge weil wenn du dir bei Apple einen IPod bestellst, dann kommst ja Shanghai und um die Trackingdauer zu berechnen, brauchst du die Postleitzahl für den *Absendeort*. Nur Shanghai hat keine Postleitzahlen. Und das ist eines der meisten Keywords, wo Leute zu mir kommen, die steht ganz oben im Ranking. (…) Und der normale Leser kann nicht unterscheiden, dass das ein Blog ist und das ist ihm auch vollkommen egal. Hauptsache, dass das Informationen drauf sind und das wird irgendwann einmal komplett nebensächlich (kleine Pause) ob das ein Blog oder eine Website ist. Mein Blog hat in letzter Zeit *auch eine ziemliche Evolution durchgemacht*, wo ich einfach ein bisschen neu gestaltet habe das Ganze und ein bisschen mehr „friendly“ für andere Leute, für Nicht-Blogkonsumenten zu machen. (kleine Pause) Der Inhalt wird wachsen, der über Blogs – also von nicht traditionellen Medienhäusern generiert wird und auch die Zeit in der Medienkonsumenten konsumieren. Aber es wird nie so werden, dass jetzt auf einmal Blogs größer sind als die traditionellen Medienhäuser, aber sie werden ihren Anteil am Kuchen *ganz sicher* bekommen.

Fall: F

I: Was ist Ihre Motivation, ein Weblog zu schreiben?

P06: Mein Blog ist ja eigentlich kein klassischer Blog, er ist mein öffentliches Archiv. (überlegt) Ich schreibe eigentlich nicht aus Lust in den Blog hinein, so wie das in vielen anderen Blogs der Fall ist, weil man was zu sagen hat oder es als Art Tagebuch verwendet. Sondern ich stelle im Wesentlichen meine Texte dort *hinein*. Die Motivation war die Möglichkeit eines öffentlichen Kommunikationsmittels zu haben, *also quasi nicht nur diese Einseitigkeit, wie beim Radio oder in der Zeitung.* Also dass man etwas schreibt und niemand kann darauf reagieren, sondern auch dass man in einen Dialog mit dem Leser treten kann. (…) Und das zweite, das mir wichtig war ist, dass mein Zeug alles einmal bei einander ist und dass @mein Vater nicht so viele Zeitungen abonnieren muss.@ (Lachen) Also im Grunde, dass die Leute die sich für meine Texte interessieren, aber nicht in der Lage sind soviel Zeug immer zu lesen, dass diese Leute dann einfach die Möglichkeit haben, da hinein zu schauen und zu sehen, was ich so mache. Einige Freunde von mir nutzen das relativ regelmäßig so wie die in Vorarlberg draußen, die schauen sich dann einfach an was ich so schreibe. (lacht)

I: Hat das Blog für Sie auch einen Netzwerk-Effekt?

P06: Ein (zögernd) <u>bisschen</u>, aber nicht so stark**.** Ich bin über den (?) Mayerhofer, der meinen Blog gemacht hat, also meinen Web-Operator, der betreut die Blogs von einigen Freunden von mir auch und manchmal gibt es Aktionen, die er uns allen dann vorschlägt, wie zum Beispiel die Aktion „Ärzte ohne Grenzen“. Das ist aber das einzige, was bei mir als Netzwerk funktioniert. Ich glaube andere nutzen ihre Blogs *stärker als Netzwerk*.

I: Wie nahe steht der Kurier- Blog dem Medium?

P06: (…) Also den Kurier-Blog nutze ich seltener als meinen anderen Blog. Den betreuen auch mehr die Leute vom Kurier. Ich bin eigentlich kein Fan von einem „Großding“, das schaue ich mir ungern an. Da wird man teilweise auch so beleidigt, das trifft einen mehr, als dass man daraus irgendetwas ziehen könnte. Es ist auch keine konstruktive Kritik drinnen, mit der man arbeiten könnte. Diese Kritik bekomme ich per mail von den Lesern und diese Kritik nehme ich auch ernst. Ich möchte auch die Namen und Adressen von den Leuten haben, die mich beschimpfen. (sehr bestimmt) <u>Ich akzeptiere keine Kritik von anonymen Menschen</u>, das tu ich nicht. Deshalb lese ich hier die Postings nicht bzw. nicht gerne. Ich kenne viele

Kollegen, die das aber tun und teilweise wirklich darunter leiden. Und ein sehr anerkannter Kollege einer anderen Zeitung hat auch seine Kolumne deshalb aufgegeben, weil er gesagt hat, er *hält diese Postings nicht mehr aus*. Die Postings bei dieser Zeitung wurden auch so ungefiltert zugelassen und *viele Leute gehen wirklich auf die Autoren los*. Bei uns ist das besser, weil der Filter besser funktioniert und die Leute mehr Angaben über sich selbst machen können und nicht einfach unter Pseudonymen einfach reingehen. Aber für mich ist das Medium über welches ich mit meinen Lesern kommuniziere meine Mailbox und mein eigener Blog, denn dort stelle ich meine Texte selbst rein und da kommen quasi andere Leser rein, weil der eher im Falter beworben ist, als im Kurier. Der im Kurier ist eher ein Zusatzbonus, den die Leser bekommen, dass sie das quasi im Internet *auch noch anschauen können. *

I: Bloggen Sie innerhalb oder außerhalb der Arbeitszeit?

P06: Bei mir ist es so, dass wenn ich einen Artikel für die Zeitung geschrieben habe, der veröffentlicht wurde, den Artikel dann eigentlich sofort auf den Blog stelle, ihn aber erst 2 Tage später frei gebe. Das heißt, ich arbeite ständig mit dem Blog und ich schaue auch immer wieder rein und schaue wie viele Zugriffe ich ungefähr habe und schaue mir die Kommentare von den Lesern an. Hin und wieder stelle ich auch DJ-Termine, Fotos oder ähnliches hinein. Das heißt, ich beschäftige mich schon täglich mit dem Blog, aber nicht sehr ausführlich. Das angenehme daran ist, dass es nicht noch dazu eine eigene Arbeit ist, sondern, dass das nebenbei funktioniert.

I: Haben Sie mit dem Bloggen bereits negative Erfahrungen gemacht?

P06: Nein, überhaupt nicht. Außer, dass es **dumme** Leser gibt. Also es gibt **einfach dumme Leute** und die schreiben **dummes Zeug hinein**. Das negative ist auch, dass man „zugespamt" (Anm.: mit Spam überladen) wird, aber mit einem einigermaßen guten Filter *kann man damit umgehen*.

I: Haben Sie sich für das Bloggen aus persönlichen oder beruflichen Gründen entschieden?

P06: Es ist bei mir wirklich nur beruflich, weil (überlegt) meine private Kommunikation, die führe ich mit Freunden und nicht öffentlich. Das hat damit zu tun, dass ich als *Journalistin und Kolumnistin eine öffentliche Person bin und das bin ich ja auch in meinem Blog.* Also das ist rein beruflich und würde nie etwas Privates da hineinstellen, *wie zum Beispiel ein Foto von meinen Kindern*. Das würde für mich nie in Frage kommen.

I: Weil Sie gemeint haben, Sie treten mit den Lesern vordergründig per E-Mail in Kontakt. Wie wichtig ist Ihnen der Austausch mit den Lesern?

P06: Den Lesern ist es sehr wichtig. Mir würde es reichen nur zu schreiben, @ich sag's ehrlich.@ Ich finde es anstrengend, dass über die moderne Kommunikation noch so viel Arbeit dazu gekommen ist. Dass man eben nicht nur seinen Text einfach reinstellt, sondern, dass man sich dann auch noch @x-mal dafür rechtfertigen muss.@ Das war früher nicht der Fall. Man hat Leserbriefe bekommen und man hat diese hin und wieder beantwortet, aber nicht so konsequent. Aber hier (Anm. am Blog) wird erwartet – und ich mache das auch und ich stelle auch fest dass es einen Sinn hat – jedes Mail beantwortet. Und dass ist natürlich viel Arbeit, weil ich ja auch tatsächlich auf das eingehe, was sie da zu sagen haben, wobei sehr viel Positives kommt. (ironisch) [Aber das Tolle ist ja auch wenn sie einen beschimpfen oder man sehr harsche Kritik bekommt] und man dann aber sehr freundlich antwortet und das was sie sagen ernst nimmt, dann kommen gleich viel freundlichere Antworten zurück. Von dem her kann man Leser auch wieder beruhigen und das mag ich wieder daran.

I: Gibt es in Hinblick darauf etwas wo Sie sagen können „das hat mir jetzt etwas gebracht"? Das heißt bekommen Sie von Ihren Lesern Inputs, die Sie verwenden können?

P06: Ja, absolut. Das ist natürlich perfekt an diesem Austausch, dass die mir Geschichten erzählen, die ich verwenden kann. Davon profitiere ich unendlich. Es sind ja auch nicht nur Mails, *die jetzt eine Kritik oder ein Kommentar zu meinen Kolumnen sind, sondern da kommen auch Geschichten, die wahnsinnig interessant sind und das ist super daran, das ist *wirklich ein großer Vorteil*. *

I: Gibt es eine Mission, die Sie als Bloggerin verfolgen?

P06: Nein, (Lachen) nicht direkt. Also ich möchte einen qualitätsvollen Blog schreiben, aber mir ist auch klar, dass es kein normaler Blog ist. Es gibt Blogs, die wirklich wie Blogs funktionieren und in welchen mehr Interaktion statt findet und in die sehr viel mehr verschiedene Medien einfließen als nur das sture Veröffentlichen von Texten das ich mache. Meiner ist halt sehr geradlinig und ich bilde einfach das ab, was ich als Arbeit abliefere und da ich fast jeden Tag etwas schreibe, ist er natürlich auch einigermaßen aktuell.

I: Welche Rolle spielt Ihrer Meinung nach Qualität in Weblogs von österreichischen Journalisten?

P06: Eine große, weil Journalisten sich natürlich auch in Ihren Blogs sehr an journalistische Grundsätze halten müssen. Man kann nicht sagen, dass ist jetzt mein privater Blog und jetzt lass' ich alle Vorsicht fahren oder alle (stockend) Rechtsgrundlagen außer Acht, da mache jetzt da was ganz anderes. Wobei es sehr verführerisch ist und ich selbst mal in so was ein bisschen reingefallen bin, zwar niemals wegen einem journalistischen Text aber einmal wegen einem Blog-Text vor den Richter gekommen bin und da ist mir auch wirklich selbst erst klar geworden, dass das natürlich die **kleine** Kategorie ist, dass man das überhaupt nicht trennen kann und dass man nicht lockerer jemanden beleidigen kann als in der Zeitung, sondern dass die *gleichen Grundsätze ein zu halten sind*.

I: Welche journalistischen Darstellungsformen entsprechen Blog- Beiträgen am ehesten?

P06: Die Meinung am ehesten, aber mein journalistisches Arbeiten besteht auch vorwiegend aus Meinung mittlerweile. Aber bei den anderen Journalistenblogs besteht natürlich die Möglichkeit, dass man natürlich mehr Meinung vertreten kann und zwar von Zeitungen unzensurierte Meinungen. Da ist natürlich der Unterschied, dass da kein Chefredakteur dahinter steht, außer das jeder so sein eigener Chefredakteur ist und sich im Rahmen der Rechtslage selbst mit seiner Meinung verwirklichen kann und keine Blattlinie zu berücksichtigen ist. Das ist natürlich ein Vorteil daran.

I: Lesen Sie Weblogs von Nicht-Journalisten?

P06: **Hin und wieder schon**, ich habe meinen eigenen Blog mit einigen Weblogs verlinkt, die nicht journalistisch sind und die ich sehr lustig finde. Da gibt's eine Mutter, die einen wirklich lässigen Blog über ihre Familie schreibt. (…) Das ist ein perfekter Familien Blog – Fotos von den Kindern, aber lustig und dann ein paar YouTube-Sachen dazu. Alles was in ihrem Leben eine Rolle spielt kommt dort hinein, das ist nicht nur so „Kindermund"-Zeug. Das bildet das Leben einer Familie mit Hirnen ab. Das ist wirklich *wunderbar lustig zu lesen*.

I: Wie beurteilen Sie die Leistungen von Journalisten im Vergleich zu nicht-journalistischen Bloggern? Lassen sich in Hinblick auf Qualität Unterschiede erkennen?

Also ich finde zum Teil die nicht-journalistischen Blogs lustiger zu Lesen als die der Journalisten, weil die Leute mit (kurze Pause) weniger journalistischen (überlegt) Vorstellungen an die Sache rangehen und sich zum Teil dadurch auch mehr trauen und auch andere Medien einbeziehen. Die Journalisten haben das Medium, das sie beherrschen, gelernt

- das Schreiben oder das Beiträge machen - und da haben sie ihre Schemata nach denen sie vorgehen. **Nicht-**journalistische Blogger gehen sehr viel freier mit dem Medium um und lassen sehr viel mehr Sachen einfließen. Achten wahrscheinlich weniger @auf Copyrights oder so,@ aber es ist zum Teil einfach viel lustiger.

I: Glauben Sie, dass speziell Journalisten aufgrund ihres Rollenselbstverständnisses Wert auf eine qualitative Berichterstattung legen?

P06: Also ich glaube nicht, dass es qualitativ hochwertiger ist, es kommt darauf an, was man als **Qualität** bezeichnet. Wenn jemand seinen Alltag gut abbilden kann, dann hat das für mich die gleiche Qualität, wie wenn jemand mit geschliffenen Worten ein Ereignis *kommentiert* - sogar manchmal auch mehr Qualität zum Teil. Es sind ja nicht alle Journalisten gute @Journalisten. Ich meine, ein schlechter Journalist@ wird auch einen schlechten Blog machen. Ich glaube, dass Journalisten (überlegt) durch ihr berufliches Selbstverständnis weniger Privates rein fließen lassen. Da für die meisten Journalisten Journalist sein bedeutet, ich gehe in die Arbeit, habe eine Meinung und dann geh ich heim und es geht niemanden was an. Ich arbeite etwas anders, weil ich schon glaube, dass vieles, das man in seiner Familie erlebt, auch exemplarisch für viele ist und deshalb verwende ich das auch in meiner Arbeit sehr stark. Andere Journalisten tun das jedoch nicht, deswegen sind aber auch diese Blogs *eindimensionaler teilweise*.

I: Weil Sie gemeint haben, es kommt darauf an was man unter Qualität versteht. Deshalb würde ich von Ihnen gerne wissen: Wie würden Sie ein qualitativ hochwertiges Blog definieren?

P06: Das ist für mich ein Blog, wo man immer wieder **überrascht** wird, wo man einfach nicht immer wieder das Gefühl hat man ist in einer Zeitung im Internet, sondern etwas wo ich mit ganz anderen (stockend) [Meinungen konfrontiert werde, als ich es in den Zeitungen werde.] In den journalistischen Blogs hat man neben der Textform meistens ein paar Fotos dabei aber das war es dann schon. Und da wird man einfach konfrontiert mit Beobachtungen von Leuten – die sie vielleicht auch aus dem Internet „abzapfen" – aber wo man dann einfach neue Sachen kennen lernt (…) und das gefällt mir gut und darin besteht für mich auch die Qualität. Der Vorteil eines Blogs gegenüber eines normalen Mediums ist, dass es so **frei** und offen ist und dass so viel hineinfließen kann, was in ein normales Medium nicht hineinfließen kann.

I: Inwiefern ist Ihnen Qualität im eigenen Blog wichtig? Welche Maßnahmen zur Qualitätssicherung ergreifen Sie konkret im Blog?

P06: Also ich hab für mich selbst – @das gilt für mein Leben und auch für meine Arbeit@ – einen gewissen Selbstbeschränkungsgrundsatz. Ich weiß was ich **kann** und *das mach' ich.* Deshalb schreibe ich auch und geh' nicht ins Fernsehen. Ich tu' in meinen Blog das rein, wo ich das Gefühl habe, das ist gut, das kann ich. Ich kann z.B. nicht so gut, irgendein Zeug zusammensammeln und zusammenfügen. Die Andrea Dusl hat einen fantastischen Blog mit allen möglichen Einflüssen. *Ich kann besser Texte schreiben und hin und wieder ein lustiges Foto dazustellen* und das mach ich. Das Gute am Blog ist, dass **es sich verändern kann**. Man muss nicht immer dasselbe machen und hin und wieder habe ich Phasen in denen ich dann auch mehr Fotos reinstelle oder mehr Ankündigungen, aber zur Zeit benutze ich ihn sehr stur und sehr beschränkt. Also das heißt ich finde meinen @Blog ja auch nicht besonders gut @ im Vergleich zu anderen. Er hat halt einfach eine gerade Linie und will aber auch nicht mehr sein als er ist.

I: Welche Kriterien verwenden Sie zur Themenauswahl am Blog?

P06: Diese Frage gilt für mich ja nicht, weil ich für meine Arbeit die Themen wähle, die ich jetzt gerade interessant finde und die eine breite Leserschaft interessant findet. Für meinen Blog selbst würde ich wahrscheinlich auch Themen wählen, die nur drei Leute interessieren. (lacht) Aber das ist halt bei mir anders.

I: Das heißt, wenn sie Online- oder Offline- Quellen verwenden, setzen Sie dann einen Link?

P06: Also nicht immer. Ich lese viele Dinge und dann kommentiere ich das irgendwie. Bei mir kommen relativ selten Quellen vor. Wenn ich eine Geschichte aber aus einem Medium habe, dann gebe ich selbstverständlich die Quelle an.

I: Wenn Sie sich vorstellen Sie entdecken bei der Veröffentlichung eines Eintrages oder eines Artikels einen Fehler. Korrigieren Sie diesen dann?

P06: *Ja, ich bin jemand der lange über den Texten „hirnt" und irgendwann müssen sie fertig werden und wenn sie dann im Medium veröffentlicht werden fällt mir auf, dies und jenes hätte ich besser machen können.* Und das mache ich dann auch in meinem Blog-Artikel. Ich finde es hier eben auch gut, dass wenn er fix und fertig ist, dass er noch verändert werden kann.

I: Wenn Sie etwas am Ausgangstext verändern, ist das dann ersichtlich bzw. wissen das die Leser dann oder legen Sie Veränderungen auf irgendeine Art und Weise dar?

P06: Nein. Das ist meine Qualität für mich, wenn ich meinen Text ein bisschen besser mache, das steht mir frei. (kurze Pause) Was ich kürzlich gemacht hab, ich hab den Blog dazu genutzt „Paninis" für meine Kinder zu sammeln. *Das kann man natürlich in der Zeitung nicht und im Blog kann ich die Liste ständig aktualisieren und das finde ich gut, dass man für so etwas dieses Medium nutzen kann.* Das kann man sonst nicht machen. Und da ist das einfach ein angenehmes Medium um Kommunikation mit Leuten herzustellen. (…)

I: Ich zeige Ihnen nun eine Liste mit journalistischen Qualitätskriterien bzw. Grundsätzen. Bitte klären Sie, wie sie die Berichterstattung in Journalistenblogs in Hinblick auf diese Qualitätskriterien beurteilen.

P06: (lange Pause) Bei mir gilt das eigentlich alles nicht weil ich einfach journalistische Texte da reinstelle. (…) (überlegt) Bei anderen kann ich das nicht sagen, es tut mir leid. @Weil ich kann nicht sagen, wie andere Leute arbeiten.@ Aus den Journalistenblogs, die ich kenne geht hervor, dass das alle sorgfältig arbeitende Menschen sind und da sehe ich schon, dass die sich sehr stark an diese Sachen halten. (Lachen) Aber sonst bin ich nicht sehr informiert. Aber im Punkt der „Trennung von Fakten und Meinungen" da finde ich auch, dass der Blog das nicht unbedingt erfüllen muss und dass es in einem Blog, oder in den Blogs die ich kenne, eher untypisch wäre.

I: Welche Rolle spielen ethische Prinzipien in Journalisten-Blogs?

P06: Also ich finde das kommt @sehr auf den Journalisten an@, das ist personenabhängig.

I: Seit einiger Zeit kursieren im Netz Vorschläge für einen „Ethik-Kodex" von Bloggern für Blogger. Was halten Sie von dieser freiwilligen Selbstkontrolle?

P06: (stockend) [Naja, ich finde es (Anm.: die Vorschläge für einen „Ethik-Kodex") schon gut.] Es kommt darauf an was man dann am Ende darunter versteht. Wenn es auf Zensur hinausläuft dann finde ich es nicht gut. Wenn es darauf hinausläuft, dass Rechte anderer Menschen geschützt werden sollen und bestimmte Standards eingehalten werden, dann bin ich *dafür*.

I: Wenn ein Blogger, unabhängig davon ob dieser Journalist ist oder nicht gegen Vorschriften verstößt, was halten Sie dann von Sanktionierungen gegen diese Person?

P06: Ich finde da müsste es Möglichkeiten zum Eingreifen geben. Ich meine, Freunde von mir haben ihre urheberrechtlich geschützten Werke, Zeichnungen und so auf fremden Blogs gefunden und konnten nichts dagegen tun und das geht für mich nicht. Da müsste es auch Handhabe geben, dass man das dann zumindest von dort entfernen kann. *Das finde ich schon schwierig.*

I: Denken Sie, dass es eigentlich mehr ins Gewicht fällt, wenn ein Nicht-Journalist eine Falschmeldung postet oder wenn das eben ein Journalist tut? Glauben Sie, dass das unterschiedlich gehandhabt wird?

P06: Ich glaube schon. Ich glaube es wird ernster genommen wenn es wirklich von einem Journalisten kommt. (überlegt) Es kommt natürlich auch auf die Aufmerksamkeitsgröße an. Wie viel Aufmerksamkeit hat ein Blog? Wenn das ein Laie macht, der unglaubliche Zugriffszahlen hat und das dann in einem normalen Medium verwendet wird, dann ist es natürlich relevant. Irrelevant ist es wenn es ein Wirtshaustratsch auf Internetebene ist.

I: Wenn wir jetzt Weblogs von Nicht-Journalisten betrachten, finden Sie, dass hier auch auf Qualitätsmerkmale Wert gelegt wird?

P06: Ja das sehe ich schon sehr stark. Weil die Leute wollen ja auch zeigen, dass sie etwas können. Zum Beispiel ich kenne einen Blogger, der ist sehr darauf bedacht, dass er gut schreiben kann und dass er sehr wohl in der Lage ist nach journalistischen Kriterien zu arbeiten. Das sind vielleicht auch Leute, die schon mal versucht haben bei Zeitungen unter zu kommen und vielleicht nicht konsequent genug waren dabei und dass sie zeigen wollen, dass sie da schon auch **Talent** haben. Und daher glaube ich, dass sie sehr viel Wert darauf legen. (…) *Ich glaube schon*, dass man in manchen Fällen die Handlungsweisen von Bloggern und Journalisten vergleichen könnte.

I: Zu welchem Zweck nutzen Sie Weblogs anderer Personen?

P06: Eigentlich weil ich wissen will @was der oder die gerade denkt.@ Das sind dann schon eher Leute die ich kenne. Ich nutze Blogs ja eigentlich nicht als Quelle, weil ich sie unverlässlich finde. Ich finde aber, das dürfen sie auch sein, aber deswegen benutze ich sie nicht als Grundlage meiner journalistischen Arbeit. Ich benutze sie also nicht als

Recherchetool. (…) Manchmal finde ich aber zufällig Ideen für Themen, wenn man einfach sagt, das ist ein interessanter Gedanke, den kann man weiterspinnen, aber dann eher als Inspiration für etwas eigenes, aber nie (mehrmals) als Faktenquelle. Ich schau' in Blogs mehr aus Interesse rein, das ist für mich eher als Spaß an der Sache gedacht. Manchmal schau' ich auch in Blogs, die ich nicht persönlich kenne, aber die man halt kennt. Manchmal rutsche ich in so etwas rein und dann lese ich ein Stück davon, aber dann kann sein, dass ich Monate lang nicht mehr reinschaue. Ich habe einmal sehr konsequent den Blog von Rainald Götz auf Vanity Fair gelesen, das war echt toll, das hat mir gut gefallen. (…) Das ist literarische Arbeit auf täglicher Basis, das hat mir gut gefallen. Am Schluss hat es mir dann vom Anspruch her dann nicht mehr so gut gefallen, weil das war mir **zu hassvoll**, aber die Art wie er geschrieben hat und wie er das Medium verwendet hat, hat mir gut gefallen. Das war aber der einzige, den *ich regelmäßig gelesen habe*.

I: Würden Sie behaupten, dass Weblogs mittlerweile zu einem Werkzeug journalistischer Berichterstattung geworden sind?

P06: Ja leider, aber eben leider (Anm.: sind Weblogs zu einem Werkzeug journalistischer Berichterstattung geworden), weil sie unzuverlässig sind. Ich finde es wichtig sie zu berücksichtigen, weil sie Quellen von vielen Meinungen sind, wo man sich anschauen kann was die Leute denken und was sie interessiert, aber man darf sie nicht als Faktengrundlage verstehen.

I: Weil sie das Wort unzuverlässig verwendet haben, da sprechen sie – wenn ich sie richtig verstehe –von Glaubwürdigkeit?

P06: Ja, wenn da etwas behauptet wird, würde ich die Dinge dann nachher nicht verwenden. Es ist sehr subjektiv einfach. Ich würde es nicht also objektive Tatsache nehmen, was da in einem Blog steht.

I: Inwiefern verändert die enorme Dynamik der Blog-Kommunikation den journalistischen Alltag?

P06**:** (lange Pause) Das ganze Internet beeinflusst die journalistische Arbeit enorm, also das hat den Journalismus insgesamt total verändert**.** Ich komme noch aus einer Zeit wo es das nicht gab. Ich habe Journalismus gelernt in einer Zeit in der man wirklich noch in Bibliotheken und Archive gehen musste und durch journalistische Zeitungen blättern musste. *Also das alles hat die journalistische Arbeit total verändert und der Blog ist ein zusätzliches

Faktum, das die journalistische Arbeit auch noch einmal verändert. Mein Problem ist einfach, das die Arbeit immer mehr wird, dass von Journalisten immer mehr Nebentätigkeiten erwartet werden.* Und das es dadurch zu einer @Ganztagsbeschäftigung geworden ist im Netz irgendetwas herum zu schreiben. @

I: Inwiefern profitieren Ihrer Meinung nach Journalisten von Weblogs?

P06: Wie schon erwähnt, dass man einfach mitbekommt wie die Leute *denken und was sie interessiert.*

I: In Hinblick auf Ihren eigenen Profit durch das Bloggen haben Sie ja bereits erwähnt, dass es berufliche Gründe hat. Würden Sie behaupten, dass das Ihr persönlicher Profit ist?

P06: Ja, genau. Also mein persönlicher Profit durch meinen Blog ist das schon. Ich hab auf meinem Blog mein Zeug beieinander, es ist immer einsehbar. Ich profitiere natürlich auch **davon**, (überlegt) dass ich potenziellen Auftraggebern nicht immer erst Texte schicken muss, damit sie sehen was ich kann. Sondern die haben von irgendwoher von mir gehört, geben meinen Namen im Internet ein und können dort natürlich sofort lesen was ich geschrieben habe. Und ich bekomme dadurch natürlich leichter Aufträge. Das kommt auch dazu. Und ich kann auch meine eigenen Sachen, wie Bücher, dort bewerben.

I: Haben nationale Medienunternehmen im internationalen Vergleich Ihrer Meinung nach, Nachholbedarf in diesem Bereich? Wenn ja, inwiefern?

P06: Also dazu muss ich sagen, das weiß ich nicht, denn da habe ich nicht so viele Vergleiche.

I: Haben Sie es schon einmal erlebt, dass Themen, die in der Blogosphäre aufgegriffen werden, den Weg in die klassischen Medien finden?

P06: Ich beobachte die Blogosphäre nicht so, deswegen weiß ich das nicht. Ich meine, es ist ganz bestimmt der Fall, aber ich kann dazu keine Beispiele geben.

I: Denken Sie, dass der Grund für das wachsende Interesse an Blogs, die Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien ist?

P06: Ja, das glaube ich schon. Ganz einfach, weil sie die Möglichkeit selbst haben an medialer Berichterstattung teilzunehmen.

I: Glauben Sie, dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die stetige, aber doch etwas langsamere Entwicklung von J-Blogs in Österreich hat?

P06: Das weiß ich nicht, ich nehme es zwar an (überlegt) aber ich bin mir nicht sicher. Österreich ist vielleicht in vielen Dingen @einfach ein etwas rückständigeres Land.@ (Lachen) Für Elektronik gilt das sowieso glaub' ich. Das müsste man sich einfach mal genauer anschauen. Vielleicht sind in Österreich die Menschen mehr Medienkonsumenten als Medienmacher, daran liegt vielleicht @die Qualität der Medien.@

I: Weblogs werden oft als Gefahr für die klassischen Medien thematisiert. (…) Wie denken Sie über diese Überlegungen?

P06: Ich habe das Gefühl, das ist ein Parallelmedium, das neben den klassischen Medien existiert und das beide voneinander profitieren. Ich glaube nicht, dass *es da eine Gefahr gibt*. Weblogs sind für mich eher als eigenes Zusatzmedium zu verstehen.

I: In Hinblick auf das Phänomen „Weblog": Welche konkreten Erwartungen haben Sie in Hinblick auf die Zukunft?

P06: Also ich glaube das werden **immer mehr werden** und ich merke das auch jetzt, so von Anfragen her von Leuten, die das gerne verlinken möchten, dass es schon sehr **stark** zugenommen hat, das ganz normale, private Menschen selbst Weblogs schreiben und dieses als Möglichkeit eines öffentlichen Tagebuches nutzen. *Und ich glaube das **kann** und wird die Kommunikation* im Internet stärker verändern, wenn das normaler wird. Oder dass es mehr Themenblogs gibt. (überlegt) Dass die Weblogs vielleicht auch die traditionellen Foren im Internet eher ablösen, das könnte ich mir vorstellen. Also ich glaube es wird (bestimmt) zunehmen. Aber die Leute müssen zugleich auch ihren persönlichen Filter finden, was sie davon nutzen und was sie davon nicht nutzen, das ist eh bei allem so.

Fall: G

I: Was sind Ihre Motivationen und Intentionen für die Führung Ihres Weblogs?

P07: Dazu muss man ein bisschen ausholen, weil die Presse hat relativ spät mit Blogs begonnen. Das hat auch seine Gründe. Ich habe begonnen einen Blog zu erstellen, habe es in seiner Testfunktion ausprobiert, daran herum gespielt und irgendwann festgestellt, (…) dass das gar nicht schlecht ist dieses Blog. (…) Online gegangen sind wir dann zirka im April. Demnach ist das Weblog das ich in der Presse führe eher zufällig entstanden. In den letzten Monaten, dem letzten Jahr habe ich parallel dazu im privaten Bereich damit beschäftigt,(…) da ging es aber eher um ein Ausprobieren des Möglichen, was sind die Standards dir dafür notwendig sind, wie funktioniert WordPress…es gab einfach das Interesse damit herum zu spielen und ich nutze jetzt 2 Möglichkeiten *für mich selbst*. Das eine ist in Wirklichkeit nur eine Homepage, auf der meine persönlichen Daten darauf stehen, was in dem Sinne kein Blog ist. (…) Und das zweite ist ein Blog, auf welchem ich Familienfotos reinstelle, damit sich meine Familienmitglieder *das anschauen können*. An diesem bescheidenen Beispiel sieht man schon, was ist eigentlich ein Blog. Vor allem ist es ja auch so (…), dass man die vielen Karteileichen im Internet sieht, bei welchem der erste Eintrag auch schon der letzte ist und so kommen ja auch diese gigantischen Zahlen zustande und man hört immer höhere Zahlen, z.B. es gibt schon über 3 Milliarden Blogs…das ist zwar ganz nett und macht sich vielleicht plakativ in einer Schlagzeile ganz gut, aber hat mit der Wirklichkeit nicht viel zu tun. Und dadurch die Blogs in der Presse eher durch Zufall zustande gekommen sind, sehe ich auch, (…) dass man einfach ein breiteres Spektrum an möglichen Ausdrucksmöglichkeiten hat. Und wenn das Tool schon einmal da ist, dass man sich denkt, dass man dieses auch nutzen könnte. (…) Das Blog ist aber für mich keine Möglichkeit andere Ausdrucksformen zu nutzen. (…) (Lachen) Also da hab ich keine besonderen Ambitionen. Auf der anderen Seite bin ich ja Journalist von meiner Herkunft her und jetzt da Geschäftsführer auch und deshalb geht es mir auch ein bisschen ab, dass ich nicht mehr wirklich journalistisch tätig in, ich schreibe nichts mehr und vielleicht ist das Blog für mich auch ein kleines Ding, wo man sagt: „*Ach, irgendwas kannst du auch noch machen*!“

Ein Blog ist auch irgendwie auch ein Vehikel zur Steigerung der Bekanntheit, die die das verstanden haben, die kümmern sich auch darum. Der Grund warum wir in der Presse dem Thema vorerst etwas verhalten gegenübergestanden sind ist, dass wenn man sich die Blogs

insgesamt anschaut, dann stellt man ja fest, dass das aus meiner Sicht sehr stark ein „gehyptes“ Phänomen ist. Das hat aber damit zu tun, mit diesem gigantischen Prozentsatz der Karteileichen. Das hat damit zu tun, dass der Teil an Blogs der übrig bleibt, der regelmäßig betrieben wird, wiederum ganz verschiedene Personenkreise erreichen, wie z.B. die Familie oder Vereine usw. Und dann bleiben nur noch ganz wenige Prozent an Blogs wo man sagen kann, das ist etwas medienähnliches. So stellt man sich die Frage: „Gut, was könnte das für uns in der Presse bedeuten?“ Was für uns klar war ist es macht keinen Sinn den Usern ein Ding zu öffnen, so dass dann alle sich dort anlegen können, dort Karteileichen sammeln, 80 Prozent irgendetwas sammeln und 1 oder 2 Prozent der User dann vielleicht etwas machen, bei dem wir sagen, da getrauen wir uns das auch auf die Presse Homepage zu stellen. Und es ist auch gar nicht so leicht Journalisten zum Bloggen zu bewegen, weil es einfach zusätzliche Arbeit ist. (?)

I: Führen Sie das Blog aufgrund ihres Berufs oder eher aus privaten Gründen?

P07: Sagen wir es so, wenn ich **doch als Online-Geschäftsführer sage** „Wir setzten jetzt auf das Thema Blogs“, dann macht es natürlich keinen schlanken Fuß, wenn ich dann selbst nicht blogge. So funktioniert es ja nicht. Aber ein Blog ist etwas, das muss man wirklich wollen. Und da habe ich mir gedacht, wenn schon die anderen Journalisten schreiben, dass ich als Geschäftsführer auch mein Blog mache, es gehört halt einfach dazu und macht auch Spaß. *

I: Bloggen Sie innerhalb oder außerhalb der Arbeitszeit?

P07**:** Eigentlich mache ich das, wie es sich ergibt (Anm.: das Bloggen, zeitlich gesehen). Es kann auch vorkommen, dass ich es mal nicht schaffe, dann manche ich es ein anderes Mal. Es ist ja auch nicht so viel Arbeit, ich meine, man sieht halt auch immer nur das Endergebnis. Bis man einmal - wenn man etwas sucht und es dann findet – das sind manchmal nur 2 oder 3 Zeilen, dass schaut dann natürlich nicht viel aus, aber bis man das einmal zusammen hat vergeht schon Zeit. Manchmal blogge ich dann auch am *Samstag oder Sonntag*, aber das ist eh klassisch im Journalismus.

I: Gibt es finanzielle Vorteile durch die Führung des Weblogs? (…)

P07: Nein finanzielle Vorteile gibt es nicht, aber wir haben informell vereinbart, nach einem Jahr schauen wir uns das wieder an und das Blog mit den meisten Zugriffen darf (?).

I: Haben Sie bereits negative Erfahrungen mit dem Bloggen gemacht?

P07: Also in der Phase der Konzeption der Blogs habe ich oft stundenlang mich mit anderen Weblogs beschäftigt und mir ist aufgefallen, dass viele Blogs einfach vernachlässigt werden. (…) Wenn man an die 100 Blogs durchgeht, sieht man die Leute kümmern sich oft nicht mehr darum. Man hat offenbar einfach zu viel zu tun.

I: Wie wichtig ist Ihnen der Kontakt mit Ihren Lesern?

P07: Natürlich ist der Austausch und der Kontakt mit den Lesern wichtig, ohne Frage. Kommentare sind besonders wichtig. (…) In der Presse haben wir momentan eine Größenordnung von - ich glaube - 120.000 Postings pro Monat. Wir wissen alle, dass der Standard da etwas geschafft hat aufgrund seiner Geschichte und Tradition als Online-Medium. Er ist auch jenes, das als **das** Posting-Medium in Österreich gilt, das tut uns immer ein bisschen weh. Aber auch bei uns hat das relativ stark angefangen, es ist einfach gut, richtig und notwendig. Es ist auch so, dass Postings immer unterschiedliche Qualität haben. Aber man muss auch immer wieder aufpassen und darüber nachdenken, was könne z.B. strafrechtliche Grenzen möglicherweise überschreiten. Ich nenne das jetzt, weil wir hatten da einen konkreten Fall, bei dem wir angewarnt, eigentlich auch juristisch bestraft wurden. Da gab es nämlich (kurze Pause) einen Fall rund um den Stadienbau und da hat jemand direkt an den Eintrag gepostet. Offensichtlich war das ein Insider. Dieser hat plötzlich angefangen intime Details preiszugeben. Das hat dann auch zu gewissen Problemen geführt. Mein Grundzugang zu Postings ist, so liberal wie möglich. Ich würde am Liebsten alles zulassen. Das Internet in seiner Funktion ist ja ein demokratisches Medium, demnach soll jeder alles sagen können was er sagen möchte. Ob mir das passt oder nicht ist eine ganz andere Sache.

I: Welche Rolle spielt Ihrer Meinung nach Qualität in Weblogs, speziell bei Journalisten?

P07: *Zu Journalisten-Blogs kann ich eigentlich wenig sagen.* (…) Zum Thema Qualität in österreichischen Journalisten-Weblogs. Wir haben in der Presse versucht uns dem Thema Weblogs auf andere Art und Weise zu nähern, nämlich dahingehend, dass wir eine Kolumne

eingerichtet haben die da heißt „Funnet“. Die Kolumne war nur dafür da, um ausgewählte Blog-Beiträge deutschsprachiger Blogs auszugsweise abzudrucken. Und dabei haben wir 2 Dinge gelernt: Das erste, das wir gelernt haben ist, wenn man auf der Suche ist nach regelmäßig betreuten und qualitativ **passenden** Blogs haben wir festgestellt wie dünn die Geschichte wird. Also wir haben eine Bloggerliste gemacht und die belief sich auf etwa 150 Blogs. Wir investierten dabei wirklich sehr viel Zeit in die Recherchen. Besonders spannend waren viele davon nicht und das sagt auch schon ein bisschen etwas über das Thema Qualität aus. Wobei man immer darüber reden muss was Qualität überhaupt ist. Was ist Qualität im Journalismus? Was ist Qualität bei Blogs? Ich habe einen recht interessanten Zugang zu dem Thema, der in der Redaktion immer wieder für Diskussion sorgt. Für mich ist Qualität all jenes womit wir die Bedürfnisse unserer *Leser und User befriedigen können*. Mir ist es wichtig den Leser in all seinen Bedürfnissen zu Informationen, Unterhaltung und Services abzuholen**.** (…) Und bei Journalistenblogs hätte ich jetzt nichts, wo mir aufgefallen wäre, das es fehlt. Weil selbst der Herr Armin Wolf, der in Österreich schon eine gewisse Breite und Bekanntheit hat, der seinen Blog dann eingestellt hat, weil er gesagt hat er tut sich das nicht mehr an für – ich glaube – 300 Zugriffe pro Tag zu bloggen. Und dann hat er wieder beim ZIB Blog mitgemacht, weil da tun sie sich ja auch leichter, das geht zu dritt gut. Also wenn dann jemand der in Österreich so bekannt ist und ja auch ein Künstler der „Marke Ich“ ist, dann muss er schon etwas Gutes machen. Und auch der Patterer-Blog, da muss ich fragen: „Braucht das wer?“ Ich will jetzt nicht böse sein, aber… Also wenn ich Blogs verstehe aus (überlegt) ganz persönliches Ding, und jetzt bin ich aber eine Person die in der Öffentlichkeit steht, die wirklich persönlichen spannenden Dinge nicht reinschreiben darf, bei welchen Festen ich zum Beispiel war…oder mit wem ich die letzte Nacht verbracht habe, wenn ich die nicht reinschreiben darf, dann wird das einfach „gähnend“. Deshalb kann es fast nur bei privaten oder anonymen Personen passieren, dass ich sage das ist so spannend oder aufregend oder so **schrecklich**, dass ich sagen kann, da kann ich dem wieder was abgewinnen. (…)

I: Welche journalistischen Darstellungsformen entsprechen Blog-Beiträgen am ehesten?

P07: Wir wissen, dass sich ein Großteil der Blogs (…) – die zumindest medienähnlich sind - mit etwas befasst, (…) was in Wirklichkeit Kommentierungen von Ereignissen sind. Also das Thema „Blogs schaffen Nachrichten“ stimmt ja in diesem Sinne nicht ganz. Wir wissen es kommt immer wieder vor, dass jemand in seinem Blog über etwas berichtet was passiert ist. Aber kein Blog kann nur annähernd schaffen, **irgendeinen** *kontinuierlichen

Nachrichtenstrom sicherzustellen, wie das ein etabliertes Medium kann.* Die meisten befassen sich entweder mit der Kommentierung von Ereignissen und dann gibt es da noch ganz kreative Darstellungsformen, die man eigentlich mit nichts mehr vergleichen kann. (überlegt) Und dann gibt es ja auch noch die Form (…) „Mein persönliches Tagebuch".

I: Glauben Sie, dass Journalisten durch ihr Rollenselbstverständnis mehr Wert auf Qualität legen, also Menschen die aus anderen Gründen bloggen bzw. als Nicht-Journalisten?

P07: Ja, wie gesagt das ist wieder die Frage was ist Qualität. Nehmen wir ein praktisches Beispiel.(…) Wenn ich heute einen Fernseher kaufen möchte und ich finde ein Weblog, wo sich jemand mit Fernsehern befasst, und ich bekomme dort wertvolle Tipps, dann ist das für mich relevant. Wenn ich aber unter Qualität verstehe, dass alles recherchiert, gecheckt, gegengecheckt, ist, weil es um Informationen geht wo das einfach wichtig ist, dann spielen natürlich solche klassisch journalistischen Qualitätskriterien (überlegt) eine Rolle. Wenn das aber Dinge sind wie Gerüchte, (…) dann kümmert mich das auch nicht, weil das wieder eine andere Sache ist. Deshalb muss man immer klären, von welcher Qualität reden wir. Darum glaube ich ist es falsch, einen Qualitätsvergleich zum *klassischen Journalismus abzugeben*.

I: Wie würden Sie ein qualitativ hochwertiges Blog beschreiben?

P07: Für mich muss grundsätzlich irgendeine Art von Bedürfnis von den Lesern abgedeckt werden, sonst geht die Qualität verloren.(…) Das gilt genauso für traditionelle Tagezeitungen und für Online-Dienste auch. Das kann aber etwas extrem unterschiedliches sein. Das kann Information sein, die ich sonst nirgends finde oder in dieser Zusammenstellung nirgends finde*, **das kann** Unterhaltung sein, das kann Service sein. Das kann auch die menschliche Nähe sein, wenn man sagt die oder den kenn ich und da bin ich persönlich mit der Person verbunden. (…) Also das kann eine ganze Palette sein. Das ist für mich die Aufgabe eines Mediums (kleine Pause) eine bestimmte Zielgruppe bei ihren Bedürfnissen abzuholen. Blogger denken ja oft anders. Blogger machen oft etwas weil es ihnen ihr eigenes Anliegen ist das zu tun. Man ist dann oft überrascht und überrumpelt wenn das Ganze dann plötzlich Erfolg hat, @das ist dann oft ein Zufallsprodukt@. Als Medienmensch denkt man anders. Man denkt an Ressourcen die man hineinstecken muss, an Geld, und wenn man Geld hineinsteckt will man auch wissen, was kommt am Usermarkt heraus. Man denkt an Zugriffszahlen und daran wie ich es vermarkten kann. (kleine Pause) Dem Blogger geht es

nicht darum, der will einfach seine Poesieergüsse anbringen und dafür hat er auch in Blog in dem er das machen kann, er denkt nicht so extrem wirtschaftlich und wenn dort 5 Leute hineinschauen ist ihm das auch recht.

I: Wenn Sie an Ihr eigenes Blog denken, welche Maßnahmen ergreifen Sie zur Qualitätssicherung am Blog? Setzen Sie Links zu Online-Quellen?

P07: (fragend) Ich weiß nicht ob das mit Qualitätssicherung zu tun hat. Naja, ich bemühe mich richtig zu schreiben und ich bemühe mich dass ich sozusagen (kleine Pause) in dem Fall eine Pointe finde, die auf der einen Seite die Hoffnung hat - das ist ja ein bestimmtes Ziel – (…) in das praktische Gefüge passt. *****Und ich schaue den Kollegen natürlich auch immer ein bisschen auf die Finger*, weil mir auch auffällt, dass gewisse Texte oftmals ein bisschen sehr *flapsig sind*, aber das ist halt auch ganz normaler Austausch. Und ich würde sagen, dieser Austausch ist nichts Blog-spezifisches.

I: Gibt es Kriterien für die Themenauswahl am Blog?

P07: (überheblich) Also das halte ich ja für….bedeutungslos. (…) Nein überhaupt keine. **Natürlich** überlege ich dann schon, wenn ich mehrere Themen zur Auswahl habe, dann versucht man halt schon das Thema zu nehmen wo man glaubt, dass man mehrere Leute damit abholt. Aber das ist in der gesamten Presse.com relativ irrelevant in der gesamten Größenordnung. Was macht die Homepage, das bewegt mich vielmehr und welche Nachrichten wir jetzt bringen und wie wir die bringen, das bewegt mich viel mehr, *also ob ich jetzt dies oder jenes dort im Blog raus lasse*.

I: Welche der folgenden Qualitätskriterien sind Ihnen am Blog wichtig?

P07: (überlegt) Da glaube ich, Journalisten achten besonders auf Qualität, das kann man schon sagen, weil natürlich Journalisten halt mit allen Vor-und Nachteilen wenn sie bloggen ihr berufliches Verständnis dorthin mitnehmen. Das heißt *Unabhängigkeit, Sorgfalt und Wahrhaftigkeit wird in Blogs sicher in dem Ausmaß stattfinden wie es auch im betreffenden Medium stattfindet.* Das wird in einem Krone-Blog möglicherweise anders sein wie in einem Blog bei der „Presse“ oder einem Blog in der Kleinen Zeitung, das wird wahrscheinlich anders sein. Aber ich würde schon sagen, dass das was das Medium ausmacht, in dem Blogs

widergespiegelt wird. Menschen- und Persönlichkeitsrechte genauso wichtig. Journalisten wissen natürlich worum es da **geht** und halten sich entweder daran oder verletzen es absichtlich, egal ob sie in der @Zeitung schreiben oder im Blog schreiben@. Recherche und Gewichtung der Themenauswahl: Ich glaube bei Blogs spielt die Recherche eine geringere Rolle, dadurch weil die Journalistenblogs ja stark Meinungselemente sind, wo Recherche eine geringere Rolle spielt was aber nicht heißt, dass das Kriterium absichtlich verletzt werden würde. Und genauso die Themenauswahl, also ich glaube nicht, dass die Leute da besonders darüber nachdenken, sonders sehr stark mit diesem eher persönlichen Zugang arbeiten, (überlegt) also ich glaube es spielt hier keine große Rolle. Sicherheit vor Schnelligkeit: Hier ist die Frage, wie sinnvoll das ist. Also beim Blog spielt weder die Schnelligkeit eine besondere Rolle, weil es im Normalfall völlig egal ist ob der nächste Eintrag *jetzt oder in 3 Stunden online geht*, ist also nicht so wichtig. Und die Sicherheit: Blogs sind in den meisten Fällen in Hinblick auf Journalistenblogs etwas **flapsigeres**. Also ich glaube das verzeiht einem jemand, wenn da einmal sprachlich ein „Hacker" drinnen ist. Und inhaltlich befassen sie sich üblicherweise ja eh nicht mit den „heißen" Themen, oder es sind nur Kommentare dazu. Also die Sicherheit spielt da auch keine besonders große Rolle. Wenn gemeint ist Sicherheit in der (überlegt) Information die drinnen steht, Information und solche Sachen. Informantenschutz, da muss ich jetzt nachdenken. Es gibt ja kaum ein Blog in Österreich, das bemüht ist Nachrichten zu schaffen wo solche Themen eine Rolle spielen. Aber ich bin sicher, die Journalisten die bloggen, wissen was Informantenschutz ist, aber es spielt in Blogs @keine Rolle.@ Aber sie würden sich daran halten, würde es eine Rolle spielen. Handwerklich saubere Recherche: (schmunzelnd) [Da ist es genau dasselbe, weil es gibt kaum einen Blog wo irgendetwas sauber recherchiert wird.] Ich wäre froh, wenn sie mir da einen nennen könnten…

I: Es ist im Prinzip doch so, das gewisse – ob das jetzt Blogger sind oder Journalisten – Leute sich für ihre Themen am Blog in anderen Blogs oder überhaupt in anderen Medien oder auch auf Websites Ideen holen oder versuchen sich inspirieren zu lassen. Und daher habe ich gemeint, wenn sie jetzt ein Thema auf dem Blog behandeln würden – oder ein anderer Journalist auf seinem Blog ein Thema behandelt – und sich dann denken „Das muss ich noch einmal nachlesen und einmal schauen, ob das eh stimmt was ich da jetzt schreibe", ob Sie das dann gezielt tun?

P07: Ja schon (Anm.: recherchiere ich wichtige Information nach), aber das sind ja eher die Blogs als mögliche Quelle für Geschichten, die dann Online oder in der Zeitung publiziert werden. Das ist ja eigentlich ein Zweitthema.

I: Ja, das gibt es ja auch…

P07: **Ja schon**, aber das hat ja nichts damit zu tun, wenn ich als Journalist ein Blog führe. Und deswegen sage ich ja, wenn es Journalisten gibt die ein Blog führen, wo tatsächlich es um Fakten geht die recherchiert und publiziert werden, dann spielt weder das Thema Recherche, noch das Thema Informantenschutz eine Rolle.

I: Also meinen sie, das wäre in Österreich nicht verbreitet? Viele dieser Dinge gehen von einem amerikanischen, teilweise auch deutschen Blickwinkel aus, da diese auch eine ganz andere Auffassung in dieser Thematik haben. Die Amerikaner sind uns in diesem Bereich vermutlich einfach voraus, was meinen Sie?

P07: **Ich weiß nicht, ob sie uns voraus sind**. Ich glaube einfach die schlichte Tatsache, dass sie etwa ums *30- fache mehr Einwohner haben führt dann einfach*, dass dieses 1% oder so, (?). (kleine Pause) Und genauso Trennung von Fakten und Meinungen findet eigentlich nicht statt, weil natürlich Blogs von Journalisten sehr oft als Meinungselemente verstanden werden. Meiner Ansicht nach müsste es das nicht sein, aber de facto passiert es so. Und man merkt da eher die **Zurückhaltung bei den Fakten**. Also ich habe eher so den Eindruck Journalisten die bloggen, neigen dann eher zu schwierigeren oder gefährlicheren Themen. Also das Problem ist nicht die Trennung von Fakten und Meinungen, sondern das Problem ist eher sie getrauen sich nicht im Blog so scharf zu sein, als sie es vielleicht im Leitartikel wären. Z. B. die Kontaktlinsenprobleme von Herrn Wolf sind völlig verzichtbar. Aber wenn der Herr Wolf klare Worte zu Gusenbauer finden würde, genauso wie er ihn zum Beispiel gestern interviewt hat, und er in seinem Blogs so etwas in dieser Art auch machen würde, dann wäre das ein bisschen schärfer. Also es sind noch immer Meinungen natürlich. Aber Trennung von Fakten und Meinungen die findet weniger statt, aber das ist blogimmanent. *Und Kontrolle und Korrektur der Einträge*, das ist ja eine Philosophiefrage. Es gibt da Blogger, die sagen es muss alles sichtbar sein, die gehen nicht hinein und korrigieren einen Rechtschreibfehler oder nehmen einen Satz heraus, sondern das muss alles sichtbar sein und deshalb sieht man die Verbesserungen am Blog. Und der Journalist, der es gewohnt ist aus seinem konventionellen

Arbeiten heraus, der sieht einen Fehler und bessert ihn einfach aus. Das sieht man im Nachhinein nicht.

I: Welche Rolle spielen für Sie ethische Prinzipien in Journalisten-Weblogs?

P07: Genau dieselbe Rolle (Anm.: spielen ethische Prinzipien in Journalisten-Weblogs) wie über all anders auch. Für Journalisten Behauptungen aufzustellen, die man nicht belegen kann … würde sich weigern diese zu vertreten, die (...)Also ich halte **Journalistenblogs** vielleicht nicht für ein wirklich spannendes Thema in Österreich. Die 20 oder 30 die es vielleicht geben wird, (…) (lacht) das sind nur sehr wenige. Die Relevanz in der Öffentlichkeit ist nicht vorhanden, also ist das für mich eigentlich ein Nichtthema, *Journalistenblogs.*

I: Es kursieren seit einiger Zeit Vorschläge für einen „Ethik-Kodex" von Bloggern für Blogger. Was halten Sie von dieser freiwilligen Selbstkontrolle?

P07: Also ich halte sie a) für nicht durchführbar, weil es im Gegensatz zu traditionellen Medien keine Eingangskriterien gibt für Menschen, die Blogger „werden wollen". Sie müssen keine Kriterien erfüllen, wenn man allerdings ein Journalist werden möchte muss man gewisse Kriterien erfüllen. Auf der anderen Seite (lange Pause) (…) Blogs beziehen ja einen Teil ihres Reizes genau daraus, dass gewisse Spielregeln sehr weit aufgefasst werden oder auch zum Teil verletzt werden. **Aber natürlich** es gibt schon Kriterien wo ich jetzt sage, also das ist natürlich undenkbar. Es hat so einen Fall gegeben, (…) dass jemand gekündigt wurde, weil ein Blogger offenbar falsche Informationen auf seinem Blog veröffentlicht hat. (…) Da ist für mich natürlich Schluss mit lustig, aber das ist für mich eine Frage des grundsätzlichen Zugangs beim Bloggen. (…)

I: Lesen sie auch Weblogs von Nicht-Journalisten?

P07: Ich lese eigentlich nur Weblogs *von Journalisten*, (…) eigentlich *zu 99% ausländische*. Ich habe nicht den Eindruck, dass es in Österreich (kleine Pause) *besonders spannende Journalisten-Blogs gibt*. Ich lese schon auch Blogs von Kollegen, (…) aber quasi aus Interesse sind es eigentlich nur ausländische. Und auch da ist meine Nutzung überschaubar, im Vergleich zu einer etablierten Mediennutzung macht das sicher nur einen ganz kleinen Bruchteil aus.

I: Würden Sie die Qualität in Weblogs von Nicht-Journalisten und von Journalisten vergleichen?

P07: Also wenn wir diesen Qualitätsbegriff so unscharf lassen, muss ich ehrlich sagen für mich ist der zentrale Unterschied der, spannender machen es auf jeden Fall die Nicht-Journalisten. (…) Das was ich bisher von Journalisten angeschaut und gesehen habe ist für mich zwischen Langeweile und Mittelmaß. Und da gehört mein eigenes **bis zu einem gewissen Grad dazu**, das versuche ich zumindest meinen Humor rüberzubringen, was letztendlich eben doch eine Geschmacksache ist, aber ich würde sicher nicht über meine Kontaktlinsen etwas hineinschreiben. Ich sehe wirklich keinen Sinn, so etwas in meinem Blog zu schreiben. (…) Das was spannend, witzig, interessant und **informativ** ist, das finde ich eher woanders. Das muss man aber auch dazusagen, darf man nicht vergessen, dass wo es um Information geht, das strebt der normale Journalist hoffentlich in seinem Medium an. Das heißt nicht, dass er ein schlechter Blogger ist, sondern dass es sein Beruf eh schon verlangt wenn er eine Information hat, diese Information hoffentlich in seinem Medium zu publizieren. Und daher bleibt bei den Journalistenblogs dann dieser persönliche Zugang übrig. Aber wenn es z.B. einen Experten für (überlegt) irgendein Spezialthema, der ein Blogger ist aber beruflich in einer bestimmten Branche arbeitet und dadurch die Qualität der Information gut ist, dann hat ja dieser zunächst einmal da keine Plattform. Da bietet es sich natürlich an ein Blog als Plattform zu nutzen. Der Journalist macht aber Dinge, die Blogger in ihren Blogs machen, ohnehin schon in etablierten Medien. (…)

I: Zu welchen Zwecken nutzen Sie Weblogs von anderen Personen?

P07: **Eigentlich ganz unterschiedlich**. Das eine ist reines Amüsement, (…) das andere sind Blogs die ich aus rein beruflichen Gründen besuche, recherchiere ich alles zum Thema Medien, Internet, usw. Ich bin eigentlich kein Journalist der nur schreibt, meine **Recherche** hat also immer damit zu tun, zu suchen, was können wir noch lernen von anderen um unser Medium besser zu machen. (…) Aber da entsteht keine Geschichte *mehr daraus bei mir*. Aber würde ich schreiben, würde ich es natürlich auch als Quelle benutzen -aber mit aller gebotener Vorsicht. (…)

I: Ist Networking für Sie auch ein Thema?

P07: Nein, ich bin nicht der Mensch *dazu*. Ich kann nichts verkaufen, würde ich das ernsthaft betreiben, hätte ich sicher mehr Zugriffszahlen auf meinen Blog. (…) Ich habe meine Homepage, wenn jemand was über mich wissen *möchte kann er das dort nachschauen*. (…)

I: Würden Sie behaupten dass Weblogs zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit geworden sind?

P07: (arrogant) In Österreich sowieso nicht und international sind sie das zum Teil schon. Also ich würde es so sagen, Weblogs sind eine spannende Bereicherung für klassische journalistische Inhalte, aber sie können diese nicht ersetzen. Nirgendwo in einem Weblog finde ich einen kontinuierlichen Nachrichtenstrom wie in den *etablierten Medien*. Aber es ist trotzdem gut, dass es ergänzende Dinge gibt, die eine bestimmte Perspektive **haben**, eine bestimmte **Meinung** oder weil sie sich Themen annehmen die man in etablierten Medien zu wenig behandelt oder sie vielleicht nicht *angeboten werden*.

I: Inwiefern verändert die enorme Dynamik der Blog-Kommunikation der letzten Jahre den journalistischen Alltag?

P07: Das Internet, die **generelle Mediennutzung** hat den journalistischen Alltag verändert und werden ihn weiter verändern. Blogs gehören da irgendwie dazu, aber *das ist nicht das Kernthema.*

I: Inwiefern profitieren Sie persönlich vom Bloggen?

P07: Also mein Zugang ist ein positiver. Die Informationsvielfalt finde ich - *egal wie gut oder schlecht, schräg oder skurril oder auch hochwertig, die Information ist oder auch nur Information im weitesten Sinne ist* - gut. Also das ist ja die **große Revolution**, die da passiert ist, ist die *Demokratisierung der Publizität einerseits, (…)* also grundsätzlich ist das für mich eine positive Entwicklung. Jetzt haben wir halt die Blogs, früher gab es noch die Zeit, wo jeder plötzlich eine Homepage anlegen konnte, jetzt sind es eben die Blogs. (…) Und was sich noch demokratisiert hat, ist der Zugang **zu Wissen** allgemein. Das begrüße ich natürlich ungemein, aber es hat auch die Gatekeeper-Rolle der Journalisten schon sehr verändert. (…)

I: Haben nationale Medienunternehmen im internationalen Vergleich für Sie Nachholbedarf in diesem Blogging-Bereich?

P07: (kleine Pause) Das kann man schwer sagen, sagen wir einmal so. Dadurch dass sie mich jetzt fragen, wenn ich so nachdenke, sie kommen auf nur etwas mehr als 40 Journalisten Blogs in Österreich. (…) Das ist jetzt keine besonders tolle Zahl im Vergleich zu den Journalisten allgemein. Diese Journalisten (kleine Pause) stecken ihre ganze Energie da hinein und die journalistische Arbeit ist je nicht unbedingt zeitlich gesehen eine kurze. (…) **Oder** ist es so, dass es eigentlich eine Schande ist bei so und so vielen Journalisten im Land? (…) Ich weiß halt nicht, ob wir eben relativ viel schlechter dran sind, oder ob es nicht einfach auch logisch ist, dass es so ist. **Interessant ist es ja immer**, **was das für Menschen sind, die aus dem klassischen Journalismus heraus gedrängt werden**, also gekündigt werden und so schnell keinen Job mehr finden. *Was würde denn dann passieren wenn auch gute Leute am Markt wären, würden die sich denken, sie machen jetzt das weiter was sie immer gemacht haben, alleine um im Gespräch zu bleiben*, und würden dann gute oder mehr relevante Blogs entstehen. Aber das wissen wir halt nicht und das wollen wir eigentlich auch nicht wissen, weil das ja eher nicht die Frage ist. Aber so lange man einen Journalistenjob hat – und das ist ja kein klassischer 40 Stunden-Job – ist ja auch die Frage: Woher nimmt man die Energie um dann noch mal ein wirklich relevantes Blog zu betreiben? Das einzige was man sehen könnte, (kleine Pause) ist ja nur dann wenn in meinem Medium nicht genügend Platz ist. Nur natürlich erscheinen dann die @besten und wichtigsten Geschichten ja hoffentlich in dem Medium@, aber wenn es dann Themen gibt, die im Medium keinen Platz haben oder einfach nicht reinpassen, keinen Eingang finden, dann kann man das ja im Blog veröffentlichen, die können dann ja aus der eigentlichen Arbeit heraus entstehen. (…)

I: Haben Sie es schon einmal erlebt, dass ein Thema, das in einem Blog veröffentlicht wurde, Eingang in die Berichterstattung der traditionellen Medien findet?

P07: (kleine Pause) Also ich kann jetzt kein Beispiel nennen, aber ich glaube schon, dass das der Fall war. (…) Also ich denke das wird sicher schon passiert sein. In **Wirklichkeit** ist aber die Gegenrichtung viel die Stärkere. Weil Blog beschäftigen sich ja vielmehr mit Themen, die etablierte Medien berichten, als in die Gegenrichtung.

I: Ja, denn eigentlich sind etablierte Medien eine der Hauptquellen vieler Blogs.

P07: Ja, ich finde es auch interessant wenn man auf Blogger stößt, die so „Hardcore"-Unabhängigkeit und diese Abgrenzung von der Gegnerschaft sind. In Bezug auf die *Medienvertretung* – kann ich ihnen einen interessanten Link schicken, da hatten wir einmal einen ganz interessanten Streit um diese (?)Kolumne, die aber auch nichts anderes getan haben, als Sachen von den etablierten Medien zu lesen und diese *dann zu kommentieren*.

I: Glauben Sie, dass das wachsende Interesse an Blogs mit einer Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien einher geht?

P07: Erstens, wachsendes Interesse ist einmal zu bezweifeln oder zu überlegen ob das wirklich so ist. Weil Tatsache ist, dass es einmal Millionen Blogs gibt und man sagt jetzt hat es einmal eine Phase gegeben wo sich dieses Thema etabliert hat, und man fragt sich, wächst das eigentlich stärker als andere Sache. Dann müssten Zeitungen definieren welche wir nehmen und dann bräuchten wir noch die Zugriffszahlen, also es ist unmöglich kontrollierbar. Deswegen würde ich das einmal hinterfragen, ob das so stimmt. Aber **natürlich** ist eines **klar** – und da spreche ich jetzt aus der Sicht eines Tageszeitungsmenschen – offenbar schafft man es als Tageszeitung insgesamt – ich spreche jetzt nicht von der Presse, sondern aus Sicht der Mediengattung – aus vielen Gründen einfach weniger… (Unterbrechung durch hereinkommenden Redakteur). Und generell muss man sagen dass man als Mediengattung offenbar aus vielerlei Gründen immer weniger versteht, diese Bedürfnisse von Menschen, insbesondere jungen Menschen, zu erfüllen, sie also abzuholen. (…) Man sieht das auch an der Auflagezahl, man sieht das auch an verschiedenen Statistiken. (…) Auch seit dem Aufkommen und der Entwicklung des Internets als Massenmedium sieht man ganz stark, dass junge Menschen – 20 bis 29 Jahre - ganz stark unterdurchschnittlich Tageszeitungen konsumieren. Also das heißt wir müssen zur Kenntnis nehmen, dass es da auf irgendeine Art und Weise (kleine Pause) als Tageszeitungsmenschen verstehen müssen, die Menschen abzuholen in ihren Interessen. (überlegt) Das ist ja der Weg der **Blogger** und ob das jetzt Blogger besser machen ist wieder eine andere Frage, aber das ist schon eine Taktik. Wie wir damit umgehen ist für Medienunternehmen schon eine der entscheidenden Zukunftsfragen, was bedeutet das für uns? Wie gehen wir mit dem Thema Online um? Ist Online schon das Ende der Veranstaltung oder gibt es andere Dinge die kommen werden? (…) Wie gehen wir mit dem Thema Handy künftig um? Wie gehen wir mit der **inhaltlichen Mischung** um? (…)

Man muss sich darüber Gedanken machen ob sich Menschen verändert haben in ihrem Mediennutzungsverhalten? Ist es das viel breiter gewordene Angebot? Ist es der Kampf um Zeitbudgets, die wir nicht mehr so gewinnen wie früher weil ja die Tageszeitung weniger wird. Klar, weil wenn ich mir jetzt aussagen kann ob ich Internet surfe oder mich jetzt hinsetze und meine Zeitung lese. Also der Tag hat nur 24 Stunden und der ist endlich, also befinden wir uns in einem **konstanten** Kampf um Aufmerksamkeit und um das Zeitbudget von Menschen. Also Faktum ist, irgendwie schaffen wir das immer weniger, auf der anderen Seite schaffen es unsere Online- Angebote, diepresse.com, sich zu bewähren. (Unterbrechung durch das Telefon) Das ist ein Thema, das ein generelles ist und nicht eines nur über *Blogs*. Klar, Aufmerksamkeit misst sich auch in Blogs, durch die aktive Nutzung von Blogs. Man schreibt selbst, also aktiv oder die passive Nutzung.

I: Glauben Sie, dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die Entwicklung von Journalisten-Blogs hat?

P07: (große Pause) Das ist eigentlich eine „**no-na"- Frage**, weil jede Mediensituation hat zumindest auf den Journalismus Einfluss und damit auch auf irgendeine Art und Weise auch Auswirkungen auf Journalisten-Blogs. Und eben auch in Österreich klarerweise. (…)

I: Weblogs werden oftmals als Gefahr für den Journalismus dargestellt. Was denken Sie über diese Aussage?

P07: Es gibt ganz klar Gefahren für klassische Medien, das ist ja offensichtlich. Das ist für jeden der sich mit diesem Thema beschäftig ersichtlich. Aber das hat mit Blogs überhaupt nicht zu tun *meiner Ansicht nach*. **Warum**? Weil Blogs das nicht leisten können, was etablierte Medien leisten. Sie können andere Sachen leisten, sie sind spannend und eine wichtige Ergänzung, aber sie können das nicht leisten was etablierte Medien leisten können. **Oder** würden sie das leisten können, wären sie bereits etablierte Medien. Aber wenn sich Blogger zusammenschließen und sagen, wir decken jetzt einen gewissen Themenbereich ab, dann müssen sie sich organisieren, finanzieren und dann würden sie sich auch immer mehr zu etablierten Medien ausdifferenzieren. Aber Faktum ist, sie können keinen Nachrichtenstrom sicherstellen, auch nicht in bestimmten Themensegmenten, auch nicht wenn sich gewisse Menschen durch brisante Sachen hochbringen, keine Frage. Aber da gibt es keine Kontinuität drinnen, wie es ein Fernsehen- oder Onlineunternehmen leisten kann. Sie haben (kleine

Pause) im Normalfall keine vertragliche Qualitätszuschreibung. Bei der Presse – auch wenn ich sie nicht regelmäßig lese weiß ich – *was kann ich da erwarten*. Genauso weiß ich das beim Standard, da habe ich ein Bild im Kopf. Und da wieder ein gewisses **Vertrauen**. Bei einem Blog weiß ich zunächst einmal gar nichts. Wird er morgen wieder **schreiben oder nicht oder erst in 3 Wochen wieder**. Also es gibt diese **berechenbare Qualität** nur bei Medien, die sich selbst reproduziert auch. Da würde ich sagen, da ist keine Gefährdung in dem Sinne da bzw. haben natürlich etablierte Medien eine Rolle. Die Spielen nach anderen Spielregeln – so wie Check und Recheck, Kommentar usw. – das ist in Blogs alles egal. Es kann ja sein dass das den Menschen irgendwann nicht mehr wichtig ist, aber im Moment würde ich sagen, Blogs sind ein Teil des Ganzen, aber trotzdem will ich aus der etablierten Zeitung oder aus dem Online-Dienst schon noch wissen, was jetzt wirklich passiert ist. Also ich sehe in Blogs keine **Gefahr** für etablierte Medien. (…) Es ist viel eher – wenn man es so sagen will – **die Gefahr**, dass Blogs zu etablierten Medien werden.

I: Haben Sie in Hinblick auf das Weblog-Phänomen irgendwelche konkreten Erwartungen oder Wünsche für die Zukunft?

P07: Für uns sind aus all den Gründen über die wir jetzt geredet haben, wir sind nie davon ausgegangen, dass wenn wir das Thema Blogs beginnen, die Menschen das stürmen werden und die Zugriffszahlen so hoch werden. Also da sind wir **realistisch**. Und ich habe auch nicht die Erwartung, wenn wir da jetzt noch 20 Blogs dazu fügen und die bewerben, dass massiv steigen wird. (…) Also die sind überschaubar, schon ganz gut und gefördert. Und zu Blogs allgemein: Meine persönliche Erwartung ist immer, dass ich Informationen finde, die irgendwas tun was mich (kleine Pause) berührt oder was ich brauche. Das Weblogs stärker dazu beitragen, da freue ich mich drüber. Aber ich habe das jetzt keine Erwartung oder ich sehe schon gar nicht am Horizont dass es nur mehr Millionen von Blogs es auf der Welt gibt und die muss man dann mühsam zusammensuchen, weil es keine etablierten Medien mehr **gibt**. (…) Für Österreich glaube ich, dass sich schon ein paar Blogger etablieren werden können, die punktuell in verschiedenen *Teilbereichen Relevanz bekommen*. (…) Aber das ist ein **Wunsch**, der sich *möglicherweise nie erfüllen wird.*

Fall: H

I: Also zur ersten Frage: Ich hätte gerne von ihnen gewusst, warum schreiben sie ein Weblog, was ist ihre Intention dahinter, was ist ihre Motivation?

P08: Also wie gesagt, ich war insofern davon überzeugt, als man mir sagte, die „Marke **Ich**" könne dadurch erhöht werden, vorangetrieben werden. Das hat mich natürlich bei meiner Eitelkeit dazu bewogen das zu machen. Inhaltlich und darauf kommt es ja im eigentlichen an, (…) dass ich bestimmte Texte, die ich in der Printausgabe (überlegt) nur schwierig oder gar nicht unterbringen kann oder will, genau dort platzieren kann.

I: Ist Networking für sie ein Faktor?

P08: *In welcher Hinsicht ein Faktor*?

I: Hinsichtlich der Motivation für die Blog-Führung. Benutzen sie es auch um soziale Kontakte zu knüpfen?

P08: (überlegt) Ja, aber offen gestanden habe ich nicht, oder noch nicht, die Erfahrung gemacht, dass das auch sehr fruchtbringend ist. Es wäre schön, wenn dadurch die sozialen Kontakte sich gleich erhöhen würden. Nur (überlegt) ich, mit meinem bescheidenen Blog, habe jetzt meine sozialen Kontakte, leider Gottes, **noch nicht** nennenswert ausbauen können.

I: Gibt es redaktionelle Eingriffe?

P08: Sie meinen in Sachen Unabhängigkeit?

I: Ja, genau.

P08: *Nein, das gibt es nicht*. Ich meine, eines ist klar, gewisse Spielregeln, muss ich einhalten, solange ich einen Blog auf der Homepage der Zeitung mache, für die ich arbeite. Ich kann also keine völlig obskuren Thesen vertreten, die dann auch in völligem Widerspruch zu einer Blattlinie (überlegt) stehen. Das will ich aber auch gar nicht, das habe ich auch gar

nicht vor. So gesehen kann ich sagen, bin ich im **Rahmen** gewisser Spielregeln, vollkommen frei.

I: Wie sieht es bei ihnen aus? Bloggen sie inner- oder außerhalb der Arbeitszeit?

P08: Teils, teils. Es ist **klar**, dass wenn ich nämlich tagesaktuell für die Printausgabe beschäftigt bin, ich nicht die Zeit dazu habe zu bloggen. Die **tagesaktuelle** Produktion der Printausgabe hat eben (sehr betont) **ganz klar**, den Vorrang. Aber wenn ich jetzt sozusagen die Möglichkeit habe, nach meiner eigenen Zeiteinteilung vom Tagesaktuellen mich auszuklinken, dann mache ich den Blog. Also ich schreibe jedenfalls in der Redaktion, an meinem Arbeitsplatz und habe bis jetzt noch keinen einzigen Eintrag von meinem privaten PC zu Hause gemacht.

I: Haben sie bereits negative Erfahrungen mit dem Bloggen gemacht?

P08: (überlegend) Nein.

I: Überhaupt gar nicht?

P08: Nein, gar nicht. Ich wüsste auch gar nicht, was passieren könnte. Das da irgendwelche Verrückten sich melden? Oder was könnte da eine negative Erfahrung sein?

I: Ach, das sind ganz unterschiedliche. Also es gibt ja Personen, die es zum Austausch nutzen, mit Lesern und dann sich aber trotzdem bei negativen Kommentaren äußern, dass sie nicht fruchtbar sind, zum Beispiel…

P08: Das sehe ich auch nicht so, also wenn da **negative Kommentare** kommen, dann freut mich das. Es freut mich dann nicht so in hohem Maße, aber es freut mich doch, (überlegt) weil sich jemand mit meinen Blogeinträgen *befasst hat*.

I: Das heißt also, der Kontakt mit ihren Lesern, ist ihnen wichtig?

P08: Ja, absolut, natürlich (Anm.: ist der Kontakt mit den Lesern wichtig).

I: Und wenn ihnen jetzt zum Beispiel ein Leser einen Kommentar hinterlässt, beantworten sie den auch, oder wie treten sie mit dem Leser in Kontakt oder tun sie das nicht?

P08: (überlegend) [Das habe ich bis jetzt noch nicht gemacht, aber das würde ich je nach Kommentar schon machen. Nur glaube ich, meine Meinung und mein Beitrag ist ja der jeweilige Blogeintrag]. Also noch einmal replizieren? (kleine Pause) Es ist ja kein Check, nicht. Also das würde ich eher in Einzelfällen machen. Und ich finde auch, ein Blogeintrag ist sozusagen mein Diskussionsbeitrag, so verstehe ich das. Und ich hoffe dass andere ihre Beiträge bringen.

I: Könnte man sagen, dass es eine Art Mission gibt, die sie als Blogger verfolgen?

P08: (lange Pause) Mission würde ich das nicht nennen, aber ein gewisses Sendungsbewusstsein muss man schon haben, nicht? Es muss einem und bei mir ist das so, ein **Anliegen** sein bestimmte Themen zu bringen, wenn man will, dass andere auf diese Themen aufmerksam gemacht werden. Ich **will** sozusagen die Leute dazu bringen, über das nachzudenken, was ich verbreite. **Also wenn sie das Mission nennen wollen**, dann soll es mir recht sein.

I: Ist das auch der Grund, warum sie auch bei den meisten Blogeinträgen unten quasi, mehr oder weniger, die Leser dazu auffordern sich Gedanken darüber zu machen? Also mit ihren Fragen?

P08: **Ja**, genau, so habe ich das Feedback von den Lesern.

I: Und welche Rolle spielt, ihrer Meinung nach, Qualität in österreichischen Journalisten-Weblogs?

P08: Na ja, die die **ich** kenne, sind gut. Allerdings muss ich sagen, (mehrmals wiederholt) ich suche nicht willkürlich so viel wie möglich Weblogs zusammen um dann zu sehen, welche gut und welche schlecht sind, sondern ich suche gezielt (überlegt) nach Namen oder nach dem Medium. Und die die ich dann finde, die sind gut. Also die Qualitätskriterien sind wie im normalen Medium schon vorhanden. Es mag sein, dass es viele schlechte gibt, die ich nicht kenne, aber danach schaue ich auch nicht.

I: Zu den journalistischen Darstellungsformen: Welche, würden sie sagen, entsprechen Blogbeiträgen am ehesten?

P08: Am ehesten der Kommentar. Wobei ich glaube, das ist schon wieder eine eigene Spezies. Das ist schon wieder eine eigene Schreibgattung geworden, glaube ich. Es soll ja auch nicht so sein, dass ich zu aktuellen Themen Kommentare als (lange Pause) dass meine Blogs (Anm.: Einträge) aus Kommentaren zu aktuellen Themen bestehen, so soll es nicht sein. Denn Kommentare zu aktuellen Themen kann ich als Kommentator in der Printausgabe machen, das mache ich auch und mir für ein Blog für eine andere Art des Schreibens (überlegt) überlegen. Es ist eine kommentierende Art des Schreibens aber es ist nicht eins zu eins ein Zeitungskommentar.

I: Lesen sie auch Weblogs von Nicht-Journalisten? Also von anderen Bloggern?

P08: (zögernd) Sicher, *natürlich*.

I: Wie würden sie sie im Hinblick auf Qualität vergleichen? Würden sie hier überhaupt einen Vergleich ziehen?

P08: Ja, ich glaube das kann man schon vergleichen. Journalisten sind sicher näher an den Themen, die das leserliche Medium bringt. Weil ich Themen die mir absolut fremd sind, nicht auf dem Blog stelle. Ich wähle natürlich Themen die ich auch in meiner Printausgabe schreibe und das kann ein Nicht-Journalist klarerweise nicht. Da muss ich irgendwelche Wald- und Wiesenthemen oder sei es Fachthemen einbringen, aber dann kann ich nicht auf ein Themenrepertoire mit dem ich beruflich arbeite zurückgreifen.

I: Es sei denn es ist ein Unternehmer und greift auf ein Thema zurück, das gerade, zwar nicht in den Medien diskutiert wird, aber in der Nähe seines Berufsfelds ist.

P08: Ja, es können Wald- und Wieseneinträge oder **fachspezifische Einträge** sein. Das habe ich gemeint. Ja, klar, wenn ein Unternehmer, z.B. Großbäcker über die Schwierigkeiten beim Ausliefern von Semmeln schreibt. Das ist etwas fachspezifisches, etwas was in seiner Berufswelt vorkommt, da kennt er sich aus und dazu bloggt er. Ja. (…) Wenn ein

Unternehmer über etwas schreibt, was mit seinem Beruf zu tun hat, mit seiner Branche, aber dieses Thema wurde nicht auf öffentliches Interesse abgeklopft. Und eine Zeitung bemüht sich selbstverständlich die Themen zu bringen, von denen sie annimmt, dass es die *Öffentlichkeit interessiert.*

I: In Hinblick auf journalistische Blogs: Wie beurteilen sie da subjektive oder parteiische Darstellungen. Haben die für sie eine Berechtigung?

P08: Subjektive Darstellungen? Ja, natürlich! Es kann parteiisch, subjektiv, falsch, gemein, unverschämt usw. sein. Also hohe Berechtigung. (…)

I: Aber glauben sie dann trotzdem, dass speziell Journalisten aufgrund ihres Rollenverständnisses mehr Qualität auf ihre Inhalte ihrer Blogs legen?

P08: Ja, das glaube ich schon, weil etwas polemisch oder provokant oder überspritzt oder zynisch zu schreiben heißt ja nicht, etwas dumm zu schreiben.

I: Wie würden sie für sich selbst ein qualitativ hochwertiges Blog beschreiben?

P08: (kleine Pause) (…) Es muss natürlich eine gewisse Information bieten, eine gewisse Sachlichkeit sollte nicht verloren gehen, aber ich finde der Konsument sollte schon erfahren, was ich davon halte. Insofern würde ich das Element (überlegt) „**Bericht**" und das Element „Kommentar" schon hochhalten. Und dann kommt natürlich noch dazu, dass es halbwegs locker und halbwegs ansprechend, jedenfalls nicht langweilig geschrieben ist. Also der Schreibstil muss dann auch dazukommen. Damit der Konsument nicht vorm PC einschläft.

I: Welche Maßnahmen zur Qualitätssicherung ergreifen sie konkret um ihren Blog?

P08: **Ich bemühe mein Hirn**, das ist alles!

I: Quellen ihrer Blogeinträge sind bei ihnen ja auch das … wie kann man das bei ihnen ausdrücken? Ist es das Medium?

P08: Die Quellen sind das Pressearchiv und mein Gedächtnis.

I: Das heißt im Prinzip setzen sie keine Links auf Print-Artikel?

P08: **Nur auf meine eigenen**. Ich bin in der Hinsicht egoistisch und erinnere daran, dass ich ja schließlich das Versprechen halte, die „Marke Ich", sei damit ausbaufähig. Und da ich ja auch gutgläubig bin, glaube ich an dieses Versprechen und arbeite jetzt am Ausbau der Marke Ich.

I: Was sind die Kriterien der Themenauswahl am Blog?

P08: **Ich** versuche herauszufinden, welche Themen die Leute einerseits (überlegt) reizen und andererseits müssen es auch Themen sein, zu denen gerade ich etwas zu sagen habe. Es könnte ja sein, ich **erkenne** ein bestimmtes Reizthema, wie ich es nenne, muss aber zugestehen dass ich zu diesem Thema nichts sagen kann weil mir das Verständnis dafür fehlt, dann lasse ich es bleiben. **Einerseits** nehme ich es als Reizthema wahr und glaube auch, dass **ich** mit meinen Kenntnissen *etwas zu diesem Thema sagen kann*.

I: Wenn sie zum Beispiel einen Eintrag im Blog veröffentlichen und nach der Veröffentlichung einen Fehler entdecken, würden sie diesen beheben, würden sie darauf hinweisen, dass das ein Fehler ist, wie würden sie damit umgehen?

P08: *Es kommt darauf an, was das für ein Fehler ist. Wenn das ein Schreibfehler ist, dann behebe ich das ganz dezent.* Wenn es ein Sinn-Störender Fehler ist, auf den eventuell schon ein Leser aufmerksam macht, muss ich mich dem stellen, dann muss ich das korrigieren. Dann muss ich sagen, das war ein Fehler. Ich kann das dann nicht einfach stillschweigend umändern.

I: Gab es das schon einmal, dass jemand bei einem Eintrag etwas gepostet hat, dass sie etwas vergessen hätten oder dass derjenige den Zusammenhang nicht ganz verstanden hat?

P08: Das weiß ich nicht. Immer wenn jemand sagt, in einer Aufzählung müsste man auch das noch anführen, dann heißt das nicht sofort, dass ich das vergessen habe. Vielleicht habe ich das dann auch nicht für richtig gehalten. In diesem Fall (überlegt) sollte man dem Leser schreiben oder im nächsten Blog (Anm.: Eintrag) darauf eingehen oder hoffen, aber da

schreibt man die Verantwortung ab, dass ein anderer Leser darauf eingeht. Das ist, glaube ich, das Problem, dass man irgendwo diejenigen die jetzt Kommentare schreiben, nicht in der Luft hängen lassen sollte. Aber trotzdem; wünschenswert wäre es für mich, wenn die sich untereinander streiten, wovon ich dann auch wieder etwas habe. *Ich kann nicht auf jeden einzelnen Kommentar eingehen, das will ich auch nicht. Ich will mich nicht dauernd einmischen.* Aber wenn das ein großes Thema ist, dann mache ich auch wieder was zu dem Thema. **Einfach einen neuen Blogeintrag** wieder. Ich kommentiere nicht jeden einzelnen Kommentar, sondern schaue ob etwas interessant ist, da kriege ich Hinweise, das ist anscheinend wirklich ein Thema das die Leute interessiert und **noch zum selben Thema** gleich einige Tage später einen neuen Blog (Anm.: Eintrag). Nicht dass ich mich da verzettele und dann mit denen mitkommentiere. Das möchte ich nicht. Das muss ich auch sagen; da habe ich auch nicht die Zeit dazu. Es dreht sich ja auch nicht alles plötzlich um diesen Blog. Sie müssen bedenken, ich bin ein vollbeschäftigter, tagesaktueller Print-Journalist und mache diesen Blog nebenbei also das fließt natürlich ein.

I: In Hinblick auf journalistische Qualitätskriterien: Ich hab jetzt mal ein paar aufgeschrieben, die man immer wieder hört. Das soll jetzt keine Verallgemeinerung sein, ich würde sie nur bitten, dass sie mir zu den Einzelnen sagen, ob sie ihrer Meinung nach in Journalisten-Blogs angewendet werden, bzw. welche angewendet werden oder welche nicht.

P08: Insgesamt, ob ich glaube, dass sie insgesamt angewendet werden?

I: Ja, ob sie insgesamt angewendet werden. Aber auch bei Ihnen?

P08: Also soll ich das Punkt für Punkt durchgehen?

I: Ja, bitte…

P08: Unabhängigkeit, Sorgfalt und Wahrhaftigkeit, ob ich das insgesamt in Journalistenblogs finde? (kleine Pause) Nein, Sorgfalt danach muss man suchen, in einigen finde ich es aber **in einigen auch nicht**. Das ist jetzt schwer zu beantworten. Unabhängigkeit schon. Wahrhaftigkeit auch eher nicht aber es wird auch unsorgfältige Journalistenblogs geben, was ich dann auch gar nicht nachprüfen kann.

I: Das ist jetzt sehr interpretativ.

P08: Ja, Menschenwürde und Persönlichkeitsrechte, ja die sind in Journalistenblogs schon erfüllt, finde ich. Gegen die Menschenwürde, habe ich noch keinen gelesen. Recherche und Gewichtung der Themenauswahl ist auch gegeben. Sicherheit vor Schnelligkeit, was heißt Sicherheit? Faktenübermittlung?

I: Genau. Naja der Blog bietet quasi die Möglichkeit …

P08: Details zulassen…

I: Entweder das oder genau umgekehrt. Es gibt ja auch einige Blogger die genau das versuchen. Man denke zum Beispiel an die Irak-Kriegzeit 2003, als Blogger aber Laien, keine Journalisten, von den Geschehnissen dort berichtet haben. Deswegen meine ich es bietet die Möglichkeit schneller zu sein, für Laien und für Journalisten als das eigene Medium weil das Thema oder der Artikel dann ja erst am nächsten Tag erscheint und deswegen wollte ich von ihnen wissen ob sie eher auf Sicherheit erbauen oder ob die Schnelligkeit ihrer Meinung nach wichtiger ist.

P08: Also **ich** auf Sicherheit, also wie sie jetzt selber besser erklären als ich. Je nachdem wer das macht also unter welchen Bedingungen. Bei anderen, je nach Rahmenbedingungen eben nicht. Informantenschutz würde ich schon sagen. Bei mir weiß ich es, bei anderen würde ich es annehmen. Handwerklich saubere Recherche, (…) ja das ist jetzt ein Blog, das kann jetzt schon ein bisschen ungenauer sein. Wer jetzt wirklich **glasklare Fakten** will, (unglaubwürdig) geht der in einen Blog, traut der das einem Blog zu? Ich weiß es nicht. Da bin ich eher vorsichtig. Wenn ich handwerklich sauber recherchiere, schreibe ich einen Blog für die Zeitung. Trennung von Fakten und Meinungen ist überhaupt nicht gegeben, das interessiert mich auch überhaupt nicht, dass ich politisch korrekt bin. Ich will auch die Freiheit haben, das durcheinander zu werfen. Diese Freiheit nehme ich mir, das kann ich eh nirgends anders. Kontrolle und Korrektur der Einträge, wird es geben. Dazu kann ich nicht viel sagen, weil ich nicht weiß wie genau die anderen sind. Also wie gesagt; wenn ein einfacher Fehler passiert ist, dann korrigiere ich den jedenfalls.

I: In Hinblick auf ethische Prinzipien: Spielen in Wien Journalistenblogs eine Rolle?

P08: Ja, ich würde doch sagen, ja.

I: Können sie hier ein Beispiel nennen?

P08: **Nein**, ich glaube allgemein (überlegt) nicht, dass man im Blog plötzlich unethisch wird. Ich habe das noch nicht gesehen.

I: Warum ich das frage: Seit einiger Zeit kursieren im Netz Vorschläge für einen „Bloggers' Code of Ethics", wie er genannt wird, von Blogger für Blogger…

P08: Ja aber ich wollte gerade sagen, wir reden jetzt von Journalistenblogs. Es gibt unendlich viele ganz fragwürdige Blogs auf der ganzen Welt, von denen kann ich nichts sagen. Dass die natürlich unethisch und weiß Gott was noch alles sind und zum Teil noch kriminell. Ich rede jetzt von seriösen Journalistenblogs.

I: Eben und deshalb wollte ich sie fragen was sie von einer solchen freien Selbstkontrolle?

P08: (fordernd) Ja, soll mir recht sein, die würde ich bestehen. Da habe ich nichts zu befürchten.

I: Haben sie davon schon gehört, von diesem Ethik-Kodex?

P08: Ja, aber es liegt doch auf der Hand, dass diese Überlegungen gemacht werden, dass diese Überlegungen angestellt werden.

I: Sollte der jetzt wirklich eingehalten werden müssen? Sollte der irgendwie rechtlich dargelegt werden?

P08: Nein, finde ich nicht. Ich glaube, das ist auch gar nicht möglich.

I: Wenn ein Blogger gegen die Vorschriften verstößt, sagen wir er blogt wirklich absichtlich eine Falschmeldung. Was halten sie dann von Sanktionierungen?

P08: (kleine Pause) Das kommt darauf an, was er falsch meldet. Es kommt immer auf die Konsequenzen an und auf das Thema. Wenn er falsch meldet, es gibt nächste Woche einen Bombenanschlag auf Wien, wird man sich sicher, sollte man ihn verfolgen, meines Erachtens. *Wenn er falsch meldet, dass der Weltrekord im Kirschkernweitspucken 60m ist und in Wirklichkeit ist er 59m dann ist das glatt falsch aber es ist mir ganz egal.* Kommt auf die Auswirkungen an.

I: Verstehe. Sie haben ja gemeint, sie lesen Weblogs, die von Laien geschrieben werden, von Nicht-Journalisten. Könnte man speziell in Blogs die Handlungsweisen von Journalisten und „normalen" Bloggern vergleichen?

P08: In Blogs?

I: Ja.

P08: Wie meinen sie?

I: Wie sie mit Themen umgehen. Wie würden sie die Handlungsweisen vergleichen? Setzen sie Links? Legen sie die Quellen offen?

P08: Nicht-journalistische Blogger meinen sie?

I: Ja.

P08: Schon, würde ich schon auch sagen, doch. Mal so, mal so.

I: Jetzt kommen dazu in welchem Umfang (…) Weblogs bereits Quelle und Mittel journalistischer Berichterstattung geworden sind. Und zwar hätte ich davor gerne von ihnen gewusst zu welchen Zwecken nutzen sie die Weblogs anderer Personen?

P08: (…) Also bei mir ist es keine Recherche-Quelle. (…) Mich interessiert bei bestimmten Leuten die ich auch kenne, was die schreiben.

I: Das heißt der soziale Aspekt. Auch der Spaßfaktor?

P08: Ja der auch. Was schreibt der jetzt zu dem? Was macht er überhaupt und wie macht er es? Wie legt er es an, wie sieht es aus? Neugierde, Interesse. Aber das ich jetzt sage, **ah so ist das also**, als interessante Recherche-Quelle nicht.

I: Kommentieren Sie Einträge, in anderen Blogs?

P08: Selten. Aber ja, (überlegend) kommt vor.

I: Also wenn sie diese nicht als Recherche-Quelle nutzen, inspirieren sie die Themen anderer auch nicht oder kann das schon vorkommen?

P08: *Das kann schon vorkommen*, doch. Dann sage ich, (kleine Pause) unter der Vorraussetzung, dass das stimmt, was da steht, habe ich das dazu zu sagen. Wenn es nicht stimmt, stimmt es eben nicht. Das ist aber dann nicht meine Verantwortung sondern die des Bloggers. *Aber Recherche-Quelle heißt ja*, ich nehme das für bare Münze, schreibe einen eigenen Text und für diesen eigenen Text brauche ich Informationen und **eine** Informations-Quelle könnte ein fremder Blog sein. So ist das nicht. Das ist für mich keine Informationsquelle.

I: Würden sie behaupten, dass Weblogs zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit oder Berichterstattung geworden sind? Speziell in Österreich.

P08: (überlegend) [Ja, das muss man wahrscheinlich bejahen. Ja, ist so.]

I: Ist es so, dass die enorme Dynamik dieser Blog-Kommunikation der letzten Jahre den journalistischen Alltag beeinflussten in irgendeiner Art und Weise?

P08: Wie sie schon gesagt haben, es beeinflusst natürlich insofern, dass ich mir schon Gedanken mach, was mir für meinen Blog überhaupt noch über bleibt. Ich muss es rein vom Taktischen sehen. (überlegt) Auch natürlich (überlegt) die Zeit um das überhaupt zu machen. Zwischen journalistischem Alltag und das Bloggen *von Journalisten* ist selbstverständlich eine Wechselwirkung.

I: Profitieren sie persönlich von ihrem Weblog?

P08: Ich weiß es nicht. (…) Zu mir hat mal jemand gesagt „ja, was machst du noch alles? Dort bist du aktiv, hier bist du aktiv und einen Blog hast du auch noch." Das ist natürlich schon eine gewisse Form von Profitieren, die aber nicht näher wahrgenommen wird oder …

I: Wertgeschätzt….

P08: Auch. Um es so zu sagen, die soziale Achtung steigt dann vielleicht. Das könnte man als Profitieren werten. Sonst, *finanziell habe ich nichts davon*.

I: Weil sie das jetzt gerade ansprechen, ist die Blogführung in irgendeiner Art und Weise für die hauptberufliche Tätigkeit von Nutzen?

P08: (lange Pause) Nein.

I: Wird eigentlich viel darüber gesprochen unter den Journalisten der Presse die bloggen?

P08: Auch nicht, **wobei dazu muss ich sagen**, wir haben die Blogs erst seit Monaten und nicht seit Jahren. Insofern.(…) Also da sind wir jetzt, finde ich, eher hinten. Wenn es sich besser eingefahren hat dann wird das mehr Thema sein.

I: Ist es für sie so, dass nationale Medienunternehmen in diesem Weblogbereich Nachholbedarf gegenüber anderen Ländern haben?

P08: Ja, gegenüber (lange Pause) (sehr zögerlich) [anderen Ländern der zivilisierten Welt möglicherweise schon. Es kommt immer auf die Beziehung zu diesen Ländern an. Oder, mit welchen Ländern vergleiche ich mich?] Gegenüber manchen Ländern haben *wir keinen Nachholbedarf*, gegenüber Amerika *wohl schon*.

I: Haben wir Ihrer Meinung nach genug Journalistenblogs in Österreich?

P08: Es reicht schon, ja.

I: Haben sie schon mal erlebt das Themen die in der Blogosphäre aufgegriffen wurden, den Weg in die klassischen Medien finden?

P08: Ich kann ihnen jetzt kein Beispiel nennen aber das wird es sicher geben. Das käme durchaus an. Da stellt sich wieder die Frage, ist es eine Recherche-Quelle, nein ist es für mich nicht. Für andere möglicherweise schon **aber** ein Blog kann nur auf das Thema aufmerksam machen insofern muss man ihre Frage dann bejahen. Wenn ich einen fremden Blog lese uns sage „ah zu dem Thema sollte man nun wirklich mal was für die Zeitungen schreiben", dann hat der Blog diese Wirkung gehabt. Aber noch einmal: Der Blog ist für mich keine Informations-Quelle. Er ist vielleicht Themenlieferant, der mich möglicherweise auf ein Thema bringt, das ich aufgreife und zu dem ich dann selber recherchiere.

I: Wie würden sie den Einfluss den Weblogs heutzutage auf Journalisten und ihre Medien haben beschreiben?

P08: Ich würde sagen, (überlegt) diese Blogs haben natürlich gewisse Einflüsse eben dadurch wenn man sich Blogs ansieht, Themen findet. (überlegt) Man sieht ja welche Gedanken sich Andere gemacht haben oder was Andere bewegt. Da kristallisieren sich dann Themen heraus, die auch für die Öffentlichkeit natürlich sehr *interessant sind*. So gesehen, (fragend) wie haben sie die Frage formuliert, so gesehen hat das natürlich Einfluss.

I: Glauben Sie, dass der Grund für das wachsende Interesse an Blogs an der Unzufriedenheit vieler Menschen mit traditionellen Medien liegt?

P08: Nein, da sehe ich keinen Zusammenhang.

I: Können Sie das begründen?

P08: Ja, weil die Blogs einfach keine traditionellen Medien sind und jemand der mit einem traditionellen Medium unzufrieden ist, der wendet sich ab oder versucht das traditionelle Medium zu beeinflussen. *Ich glaube nicht dass jemand sagt, die Zeitung ist mir zu blöd und zu fad und dann geht er auf die Homepage derselben Zeitung und liest sich die Blogs durch, das glaube ich nicht.* *Somit verneine ich die Frage*.

I: Sind Weblogs als eine Gefahr für klassische Medien zu verstehen?

P08: Nein, warum? Das glaube ich nicht!

I: Warum nicht? Glauben sie dass Vertrauen an Medienmarken da auch ein Grund dafür sein kann, dass sich die Leser noch lange nicht abwenden werden, wenn sie sich überhaupt irgendwann abwenden?

P08: Ja natürlich. Ich müsste ja dann zunächst einmal sagen, wieso macht die Presse und wieso machen andere Zeitungen eine Homepage? Das ist ja mörderisch, nicht? (…) Ich verkaufe die Presse um teure 1,50€ und stelle den Vollinhalt und darüber hinausgehende Texte gratis ins Internet. Wieso macht man das? Man will doch die Zeitung verkaufen! Im Internet wird sie verschenkt. Auch die Onlineausgabe der Presse hat noch nicht zum Niedergang der Printausgabe geführt umso weniger ein Blog.

I: Glauben sie dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die Entwicklung von Journalistenblogs hat oder hatte?

P08: Ich verstehe die Frage nicht, was ist die (ratlos) Mediensituation?

I: Naja, ich hätte das so gesehen, die Medienkonzentration, unsere Situation in Österreich…

P08: Nein, das glaube ich nicht, so direkt. Es wird so Blogs geben, die sich mit der Medienkonzentration beschäftigen und die kritisieren aber weil es diese Medienkonzentration gibt, *deswegen fängt einer zu bloggen an, das glaube ich nicht*.

I: Jetzt umgekehrt eigentlich gemeint. Weil wir doch für ein Land mit einer… ich sehe das ein bisschen statistisch muss ich auch zugeben. Es ist einfach so, dass wir sehr wenige Blogs haben, von Journalisten in Österreich im Vergleich zu, wie viel haben wir, 7000 ungefähr, Journalisten im Land im Vergleich zu den Deutschen, wiederum verteilt auf die Medien und auf die Blogs. Da gibt es einfach relativ wenig. Deswegen habe ich gefragt ob die Konzentration etwas damit zu tun haben könnte, dass es so wenige gibt.

P08: *Es gibt nur wenige Zeitungen also gibt es wenige Blogs.* Nein, das glaube ich nicht. Und die großen Zeitungen und die großen Konzentrationen könnten viele Blogger hervorbringen. Ich vermute es (sehr bestimmt) nicht. Da habe ich kein Wissen aber ich glaube es nicht. (…) Rein vom Verstand her, wenn ich sage, ganz übertrieben, das Land gehört nur noch 2 oder 3 Zeitungen. (kleine Pause) Wenn ich sage, ein Weblog ist doch etwas mit dem man sich selber auch ein bisschen in den Mittelpunkt rücken kann, dann ist dieses Bedürfnis doch bei den Vertretern dieser wenigen Zeitungen genauso gegeben. Ich könnte in einem Land mit nur 2 Zeitungen genauso viele Blogger finden wie in einem Land mit 10 Zeitungen, denn die Anzahl der Köpfe **ist ja gleich**. Und diejenigen die sagen, ich habe etwas mitzuteilen oder ich bin so eitel, dass ich einen Blog mache oder ich finde es einfach interessant, ich will die Möglichkeit nützen etwas weiterzugeben, diese Bedürfnis habe ich ja auch, wenn die Individuen nur bei wenigen Zeitungen beschäftigt sind. (überlegt) Eine Zeitung wie die Kronenzeitung, die hat dementsprechend viele Leute, die machen ja nicht mit einer Miniredaktion eine so große Zeitung, die das ganze Land, sozusagen in Atem hält, das geht ja nicht. Die Kronenzeitung hat in allen Bundesländern Redaktionen, hat sehr viele Mitarbeiter. Da muss es Leute geben, die sagen, ich mache einen Blog. Möglicherweise dann halt außerhalb der Zeitung. (…) **Die Frage ist ja**, (…) hat ein Land, was ich bestreite, hat ein Land mit großer Medienkonzentration weniger Journalisten als ein Land mit vielen Medien? Wenn ich in einem Land, was weiß ich, 100.000 Medien, dann ist das einzelne Medium ja derart klein und hat derart wenige Konsumenten, dass ich mir nicht vorstellen kann, dass ein so ein Miniaturmedium eine große Mannschaft hat, sondern eine Minimannschaft. Ich habe ja nicht 100.000 Medien und in jedem Medium habe ich riesige Redaktionen, das ist ja unmöglich. Aber wenn ich eine **Riesenredaktion habe**, die das **ganze Land frisst**, dann habe ich alle Reihen in dieser Riesenredaktion vereinigt. Ich kann ja nicht eine Rieseredaktion die das Land versorgt, mit Nachrichten und zwar **sättigt**, mit 2 Leuten betreiben. (…) Wenn Nachrichtenagenturen, wie zum Beispiel in China verstaatlicht werden, die nenne ich dann gar nicht mehr Journalisten, von so etwas rede ich jetzt nicht. Aber Vergleich Österreich-Deutschland, würde mich interessieren. Gibt es in Deutschland mehr Journalisten im Vergleich zu den Einwohnern?

I: Gute Frage! Ja, das kann ich ihnen herausfinden... Die letzte Frage jetzt: Ganz allgemein, welche Erwartungen haben sie im Hinblick auf die Zukunft in diesem Weblog- Phänomen.

P08: *Ich glaube es wird noch viel größer werden*. Sie schreiben eine Diplomarbeit, die Zukunft hat. (Lachen)

KODIERLEITFADEN

Beobachtungs-ebene	Analysedimensionen	Definition	Ankerbeispiele
Nutzungsmotive			
N1	*Verbreitung/ Veröffentlichung von Inhalten*	Der Weblog dient als Distributionsmittel von Content (egal welcher Art)	Inhaltlich und darauf kommt es ja im eigentlichen an, dass ich bestimmte Texte, die ich in der Printausgabe nur schwierig oder gar nicht unterbringen kann oder will, genau dort platzieren kann. (H5-7)
N2	*Platz/ Raum*	Ein Weblog bietet mehr Platz als als ein Journalist in der Zeitung zur Verfügung hat	Dazu muss ich ganz kurz ausholen: In einer Zeitung auf Papier gibt es immer so zu sagen eine Hierarchie der Themen, muss es geben weil man sagt, das Thema ist wichtig genug, dass es in die Zeitung kommt, das ist nicht so wichtig, das geht sich leider nicht aus - ist eine lustige Idee, aber dafür haben wir nicht genug Platz. (C22-26)
N3	*Feedback/ Kontakt*	Der Weblog dient zum Austausch/ Kontakt/ Kommunikation mit den Lesern und der Erfolg von Geschichten wird messbar.	Das Tolle am Weblog ist, dass man dadurch wirklich messen kann, welche Geschichten zum Beispiel gut sind, welche überhaupt nicht ziehen. Das ist natürlich auch interessant, weil man darauf auch Feedback bekommt. (A32-35)
N4	*zeitliche und thematische Freiheit*	Am Weblog können Themen bearbeitet werden, die: - Anders und neu sind - vom Kriterium der Relevanz unabhängig sind - nicht im Medium untergebracht werden können - nach freier Zeiteinteilung	Der Punkt der mich daran zu interessieren begonnen hat war einfach, dass es eigentlich mit Ausnahme meiner eigenen Arbeitszeit keinen limitierenden Faktor des Themas gibt. (C20-22*)
N5	*Neue Aufträge*	Durch den Weblog können potenzielle Auftraggeber sich ein Bild machen und neue Aufträge die Folge sein.	Also ich sehe das Blog als Tool um Aufträge zu bekommen. (E74-75)

N6	*Bekanntheit*	Überzeugung oder Hoffnung durch den Blog einen gewissen Grad an Bekanntheit/Berühmtheit zu erlangen und die Notwendigkeit im Internet vertreten zu sein. Außerdem eine Selbstdarstellungskomponente des Autors, das Bedürfnis seine Meinung zu sagen.	Ein Blog ist auch irgendwie auch ein Vehikel zur Steigerung der Bekanntheit, die die das verstanden haben, die kümmern sich auch darum. (G28-29)
N7	*(neue) Leserschaft gewinnen*	Hier geht es darum eine neue/andere Leserschaft erreichen und um den Gewinn und Aufbau von Lesern bzw. Abonnenten.	Ja, möglichst viele Leute zu finden, möglichst viele Subscriber zu finden, - das klingt jetzt blöd – das sind die gleichen Ziele wie in den Mainstream-Medien, möglichst eine Leserschaft aufzubauen. (E71-73)
N8	*Forderung der Weblog-Führung seitens Mediums*	Die Führung des Blogs wurde dem Journalisten nahe gelegt (gefordert) und ist am Online-Angebot des Mediums verankert. Im Besonderen kann dies auch Suche nach Mitautoren seitens Kollegenbeinhalten oder die Sichtweise, dass ein Journalist in führender Postion von seinen Kollegen die WeblogFührung fordert und demnach auch von sich selbst.	Dann kam irgendwann einmal die Idee auf, machen wir doch irgendwann einmal Blogs. Und ich war dann gleich auch voll begeistert und meldete mich dafür. (B14-16)
N9	*Neues Kennen lernen*	Darunter fällt Neues kennen zu lernen, zu erlernen, zu erfahren, fremde Bereiche erschließen sowie die Experimentiermöglichkeit und die Kompetenzsteigerung.	Ich nehme solche Gelegenheiten gerne wahr um einen Bereich ernster kennen zu lernen, der mit fremd ist. (C12-13)
N10	*Schilderung des Redaktionsalltags*	Das Blog dient zur Schilderung des Redaktionsalltags seitens des Journalisten.	In erster Linie wollen wir für unsere Leser Hintergrundinformationen liefern, was im Redaktionsalltag passiert und was man aber nicht in der Zeitung schreiben kann. (D2-3)

N11	*Spaß/ Unterhaltung*	Das Blog dient zur Unterhaltung, zum Amüsement, zum Spaß, zur intellektuellen Entspannung. Dies wird durch das Interesse an dem Thema begünstigt.	Ich lese Blogs zur Unterhaltung und nicht um sie kritisch zu hinterfragen, (…). (B106)
N12	*Networking*	Aufbau von sozialen Kontakten (mit bekannten oder unbekannten Menschen).	Ja, aber offen gestanden habe ich nicht, oder noch nicht, die Erfahrung gemacht, dass das auch sehr fruchtbringend ist. Es wäre schön, wenn dadurch die sozialen Kontakte sich gleich erhöhen würden. Nur ich, mit meinem bescheidenen Blog, habe jetzt meine sozialen Kontakte, leider Gottes, noch nicht nennenswert ausbauen können. (H12-15)
N13	*Alle Artikel an einem Ort aufbewahrt*	Das Blog dient zur Aufbewahrung und Veröffentlichung aller Artikel an einem Ort.	Und das zweite, das mir wichtig war ist, dass mein Zeug alles einmal bei einander ist und dass mein Vater nicht so viele Zeitungen abonnieren muss. Also im Grunde, dass die Leute die sich für meine Texte interessieren, aber nicht in der Lage sind soviel Zeug immer zu lesen, dass diese Leute dann einfach die Möglichkeit haben, da hinein zu schauen und zu sehen, was ich so mache. (F9-13)
N14	*Ideen für Artikel*	Darunter fällt, dass die Journalisten Ideen für Artikel oder Inspiration von ihren Lesern bekommen.	Ja, E-Mails gibt es auch, vor allem wenn es darum geht, dass uns Leser weitere Tipps zukommen lassen, weil sie uns sagen, dass irgendetwas total nett ist, dass wir uns das anschauen sollten, dann passiert das meistens über E-Mail. Und das kommt dann auch in den Blog. (A64-67)

Beobachtungs-ebene	Analysedimensionen	Definition	Ankerbeispiele
Qualität /Qualitätskriterien		Die hier angeführen Grundsätze dienen zur Veranschaulichung von Kriterien für Qualität in Weblogs.	
QK1	*gleiche Grundsätze wie in der Zeitung*	Darunter fallen alle Aussagen, die beschreiben, dass in Weblogs die selben Qualitätskriterien/ Grundsätze wie in der Zeitung gelten bzw. zu gelten haben.	Ich kann nur versuchen, dass zu beschreiben, was meine eigenen Grundsätze sind. Die differieren in Wahrheit nicht sehr stark von dem was sich sonst beim Schreiben tut. Ich bin kein großer Freund vom schnellen „Hinrotzen“ von irgendwelchen Dingen. Das heißt es müssen die Dinge eingehalten werden, die auch in der journalistischen Arbeit eingehalten werden. (C108-112)
QK2	*andere Grundsätze*	Darunter fallen alle Aussagen, die beschreiben, dass sich in Weblogs die Grundsätze von jenen des Mediums unterscheiden.	Nicht alle substanziellen Sachen werden wie in der Tageszeitung dort eingehalten. Es sind also andere Qualitätskriterien, die im Blog von Bedeutung sind. (D26-28**)
QK3	*sprachliche Qualität*	Darunter fallen jene Aussagen, die die sprachliche Qualität als ala Qualitätskriterium darstellen. Dies zeichnet außerdem sich aus durch: den Schreibstil, die Rechtschreibung, Pointen, etc.	Das beginnt natürlich mit dem Thema sprachliche Qualität der Verarbeitung. (C116-117)
QK4	*Knappheit der Informationen*	Das Kriterium der Knappheit umfasst, dass die Informationen in einem Blog kurz und knapp präsentiert werden (sollen).	Kurzheit, Knappheit (…) ist hier wichtig. (D28***)
QK5	*Aktualität; Schnelligkeit*	Alle Aussagen die sich der möglichst aktuelle, schnelle Information als Kriterium zuschreiben lassen, fallen in diese Kategorie.	(…) dass die Form meinem Gefühl nach noch (…) schneller sein soll, als es bei gedruckten Versionen möglich und der Fall ist. (C117-119)
QK6	*Sicherheit*	Hierzu zählen die Aussagen, die die Sicherheit als Qualitätskriterium beschreiben.	Also ich setzte auf Sicherheit, (…). (H188)

QK7	*Sorgfalt, Wahrheit, Wahrhaftigkeit*	Zu diesem Kriterium zählen sorgfältige Berichterstattung, wahre Informationen, der Anspruch der Wahrhaftigkeit bei dem Verfassen eines Eintrags. Diese drei Kriterien wurden zu einem zusammengefasst, da sie oft im selben Kontext erwähnt werden und sich inhaltlich nicht ausschließen.	Das heißt (…) Sorgfalt und Wahrhaftigkeit wird in Blogs sicher in dem Ausmaß stattfinden wie es auch im betreffenden Medium stattfindet. (G172-174)
QK8	*Wahrung der Interessen Dritter*	Dieses Kriterium beschreibt die Wahrung von Menschenwürde, Persönlichkeitsrechten und Informantenschutz.	(…) Menschenwürde, Persönlichkeitsrechte, Informantenschutz (…): Hier gilt für mich am Blog das gleiche wie in der Zeitung. (D70-71***)
QK9	*Struktur/ Aufbau des Textes*	Wenn das Zusammenpassen von Form und Inhalt als Bedingung von Qualität definiert wird, fallen diese Aussagen in die Kategorie.	Qualität ist einfach wenn Form und Inhalt zusammenpassen bzw. einander gerecht werden. (D50-52)
QK10	*Verlässlichkeit*	Alles Aussagen, die beschreiben, dass die Informationen in Blogs verlässlich sein müssen, werden an dieser Stelle kodiert.	(…) für mich hat die Information, die da irgendwo im Netz verbreitet wird, grundsätzlich nur dann einen Sinn wenn sie halbwegs verlässlich ist. (C152-154)
QK11	*Subjektivität (Meinungen vor Fakten)*	Jene Aussagen, die beschreiben, dass die Informationen in Blogs aus Meinungen, nicht aus bloßen Fakten hervorgehen, sind dieser Kategorie zuzuordnen.	Es ist durchaus subjektiver, aber ohne dass man die Fakten verdreht, aber einfach mehr meinungsbeladen. (E92-93)

QK12	*Unabhängigkeit*	Diese Kategorie bezeichnet jene Aussagen, die die Unabhängigkeit des Journalisten am Weblog und das Bloggen in eigenem Interesse bezeichnen.	Unabhängigkeit (…): Hier gilt für mich am Blog das gleiche wie in der Zeitung. (D69-71*)
QK13	*Transparenz*	Diese Kategorie umfasst die Linksetzung bzw. Nennung der Quellen bei Online- und Offline-Quellen, die gegeben sein muss, um Aussagen hier zuzuordnen.	Ja, bei Onlinequellen setze ich einen Link. Wenn ich direkt aus Offlinequellen zitiere dann nenne ich schon die Quelle. (A130-131)
QK14	*Kriterien der Themenauswahl*	Dieses Kriterium umfasst Aussagen zu der Themenauswahl, die nach bestimmten Kriterien getroffen wird.	(…) und Gewichtung der Themenauswahl: Hier gilt für mich am Blog das gleiche wie in der Zeitung. Ich repräsentiere ja auch das Medium durch den Blog. (D70-72)
QK16	*Befriedigung der Bedürfnisse der Leser*	In dieser Kategori geht es um die Befriedigung der Bedürfnisse der Leser, insbesondere auch durch das Eingehen auf die Leser und ihre Kommentare und Überlegungen zu Themen die die Leser interessieren könnten.	Für mich muss grundsätzlich irgendeine Art von Bedürfnis von den Lesern abgedeckt werden, sonst geht die Qualität verloren. (G135-136)
QK17	*Unterhaltsamkeit*	Der Blog soll den Anspruch auf Unterhaltung erfüllen. Dazu zählt auch die Überraschung und das Interesse an Meinungsvielfalt. Aussagen dazu werden in diese Kategorie kodiert.	Das ist für mich ein Blog, der natürlich die Leute unterhält und gerade anspricht, (…). (B94)
QK18	*Service*	Dieses Qualitätskriterium bedeutet, dass das Blog für Leser einen Service-Aspekt abdecken soll.	(…) das kann Service sein. (G139-140*)

QK19	*Nähe zum Autor*	Aussagen zu der menschlichen Nähe zum Autor und zum Blog als personenbezogenes Medium, werden hier zugeordnet.	Das kann auch die menschliche Nähe sein, wenn man sagt die oder den kenn ich und da bin ich persönlich mit der Person verbunden. (G140-141)
QK20	*Sachlichkeit*	Diese Kategorie umfasst die sachliche Berichterstattung im Weblog als Kriterium für Qualität.	(…) , eine gewisse Sachlichkeit sollte nicht verloren gehen, (…). (H110-111**)
QK21	*Information/ Content*	Aussagen zum Anspruch auf Information sowie Inhalt (Content) werden hier zugeordnet. Dies betrifft ach den Zugang zu diesem Wissen in einer demokratischen Gesellschaft.	Das kann Information sein, die ich sonst nirgends finde oder in dieser Zusammenstellung nirgends finde, (…). (G138-139*)
QK22	*Interaktivität*	Idieses Kriterium betrifft die Interaktivität. Dazu zählen das Eingehen auf Kommentare, der Kontakt mit den Lesern sowie die Vernetzung mit anderen Blogs.	Blog lebt (…) vom Eingehen auf Kommentare und das müssen viele erst lernen bei uns. (E82-83)
QK23	*Technische Komponenten*	Diese Kategorie meint, dass technische Komponenten wie z. B. Fotos, Videos, RSS-Feed, vorhanden sein müssen.	Ein Fulltext-Feed, also eher technische Sachen. (E118)
QK24	*Wissen über die eigenen Fähigkeiten und Grenzen*	Diese Kategorie meint, dass das Wissen über die eigenen Fähigkeiten wichtig ist und dass man nur jenes im Blog anbieten soll, von dem man weiß, dass man es auch kann.	Also ich hab für mich selbst – das gilt für mein Leben und auch für meine Arbeit – einen gewissen Selbstbeschränkungsgrundsatz. Ich weiß was ich kann und das mach' ich. Deshalb schreibe ich auch und geh' nicht ins Fernsehen. Ich tu' in meinen Blog das rein, wo ich das Gefühl habe, das ist gut, das kann ich. (F156-159)
QK25	*Richtigkeit*	Diese Kategorie zielt auf den Anspruch auf Richtigkeit ab. Dieser kann durch die Recherche, die Kontrolle und Korrektur der	Nur etwas gerüchteweise gehört zu haben, wäre mir ganz bestimmt zu wenig. Dann muss man eben querschauen, dass man eine gewisse Sicherheit bekommen kann, dass man Informationen noch von anderen Personen dazu bekommt. (134-136)

		Einträge, das Einholen von Zusatzinformationen und Zusatzmaterialien erfüllt und die Glaubwürdigkeit erhöht werden.	
QK26	*Tiefe der Themen*	Jene Aussagen, die meinen, dass im Blog auf Themen tiefgründig eingegangen werden soll, werden hier zugeordnet.	Eine gewisse Tiefe mit der man in das Thema eindringt. Egal ob das jetzt irgendwelche Rezeptseiten sind, oder Gastrogeschichten oder Techniksachen oder z.B. auch der Bild-Blog. (A115-117**)
QK27	*Eigene Erlebnisse*	Diese Kategorie beschreibt, dass im Blog auf eigene Erlebnisse eingegangen werden soll.	Eigenes Erlebnis (Anm.: die wichtigsten Quellen meiner Einträge). (A123*)

Beobachtungs-ebene	Analysedimensionen	Definition	Ankerbeispiele
Ethik/ Ethik-Kodex			
QE1	*Einhaltung ethischer Grundprinzipien*	Hierein fallen alle Aussagen, die beschreiben, dass ethische Grundprinzipien eine Rolle bzw. dieselbe Rolle wie im Medium spielen und demnach einzuhalten sind.	Dieselbe Rolle wie auch im Ursprungsmedium (Anm.: spielen ethische Prinzipien). (D76)
QE2	*freiwillige Selbstkontrolle durch Ethik-Kodex*	Hier soll die freiwillige Selbstkontrolle durch Ethik-Kodex erfasst werden. Unter diese Kategorie fallen demnach nur Aussagen, die diese erwünschen.	Wenn es darauf hinausläuft, dass Rechte anderer Menschen geschützt werden sollen und bestimmte Standards eingehalten werden, dann bin ich dafür. (F209-211)
QE3	*Ethik-Kodex ist nicht durchführbar*	Diese Kategorie enthält alle Aussagen, die beschreiben, dass der Ethik-Kodex nicht wünschenswert oder nicht durchführbar ist.	Ich finde auch, dass man das nicht kontrollieren kann. Die freiwillige Selbstkontrolle kann nur durch den einzelnen stattfinden. (D79-81)
QE4	*Blogosphäre ist selbstregulierend*	Unter diese Kategorie fallen alle Aussagen, die eine automatische Selektion der Blogosphäre ansprechen.	In Hinblick auf Onlinemedien glaube ich an eine automatische Selektion, man kann entscheiden was man liest und was nicht. (B114-116)

QE5	*Sanktionierungen bei Verstößen*	Darunter fallen alle Aussagen, die erklären, dass Sanktionierungen bei Verstößen geltend gemacht werden sollen, z.B.: Ausschluss aus der Blogosphäre, Meldung des Blogs, etc.	Ich finde da müsste es Möglichkeiten zum Eingreifen geben. Ich meine, Freunde von mir haben ihre urheberrechtlich geschützten Werke, Zeichnungen und so auf fremden Blogs gefunden und konnten nichts dagegen tun und das geht für mich nicht. Da müsste es auch Handhabe geben, dass man das dann zumindest von dort entfernen kann. (F214-218)
QE6	*Rechtliche Rahmenbedingungen*	Diese Kategorie umfasst alle Angaben zu unklaren bzw. unbekannten rechtlichen Rahmenbedingungen in der Blogosphäre, außerdem auch jene Aussagen, dass strafrechtlich relevante Dinge von der Justiz behandelt werden sollen.	Das Problem ist dass alle bloggen und keiner weiß wie eigentlich die rechtlichen Rahmenbedingungen dahinter ausschauen. (A209-210)

Beobachtungs-ebene	Analysedimensionen	Definition	Ankerbeispiele
Qualität/Journalisten und Nicht-Journalisten			
QV1	*Qualitative Berichterstattung obliegt Journalisten*	Hierein fallen alle Angaben, die beschreiben, dass die Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten nicht vergleichbar sind, nämlich dass Journalisten mehr auf qualitative Berichterstattung achten.	Ich glaube, dass Journalisten ihr Handwerkszeug auch im Online-Bereich anwenden, sie erkennen einfach eine Geschichte und finden daran Aufhänger. Sie sind vielleicht sprachlich so aufgestellt, dass sie das einigermaßen verständlich rüberbringen können und sich kurz fassen können. Also ich denke das sind Dinge, die Journalisten aus ihrer täglichen Arbeit mitbringen. Das ist einfach ein Handwerkszeug, das man hat und das macht sich im Netz auch bemerkbar. (A225-230)
QV2	*Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten sind vergleichbar*	In diese Kategorie fallen jene Aussagen, die erklären, dass sich die qualitative Berichterstattung bei Journalisten und Nicht-Journalisten vergleichen lassen.	Deshalb finde ich schon, dass auch in solchen Weblogs (Anm.: von Nicht-Journalisten) auf Qualität Wert gelegt wird. (D95-96)
QV3	*Konsequenzen bei Verstößen müssen für beide gleich sein*	Zu dieser Kategorie zählen alle Aussagen, die besagen, dass es irrelevant ist, ob ein Journalist oder ein Nicht-Journalist einen Verstoß begeht. Verstöße müssen gleich behandelt und sanktioniert werden.	Das dürfte es eigentlich nicht geben. Ob der Blogger der schreibt Journalist ist oder Automechaniker, das ist egal weil im Internet ist das gleich gewichtet. (A221-222)
QV4	*Nicht-Journalisten machen bessere Blogs*	Hierzu zählen jene Aussagen, die beschreiben, dass Blogs von Nicht-Journalisten sind spannender und lustiger zu lesen sind.	Nicht-journalistische Blogger gehen sehr viel freier mit dem Medium um und lassen sehr viel mehr Sachen einfließen. Achten wahrscheinlich weniger auf Copyrights oder so, aber es ist zum Teil einfach viel lustiger. (F124-126)

Beobachtungs-ebene	Analysedimensionen	Definition	Ankerbeispiele
Weblogs als Werkzeug für Journalisten/allgemein			
WA1	*Weblogs sind kein Werkzeug für Journalisten*	Hierzu zählen jene Aussagen, die Weblogs nicht als ein Werkzeug journalistischer Arbeit verstehen.	Für mich kann ich das ausschließen (Anm.: dass Weblog zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit geworden sind). Vielleicht ist das bei anderen Journalisten anders. (D104-106)
WA2	*Weblogs sind ein Werkzeug für Journalisten*	In diese Kategorie zählen alle Aussagen, die Weblogs als ein Werkzeug für den Journalismus verstehen.	Ja, das muss man wahrscheinlich bejahen. Ja, ist so (Anm.: dass Weblogs zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit geworden sind). (H260-261)
WA3	*Weblogs sind eher ein Werkzeug für freie Journalisten*	Unter diese Kategorie falles jene Aussagen, die erklären, dass Weblogs eher von freien Journalisten als Werzeug verwendet werden, als von angestellten Journalisten.	Ich bin freie Journalistin und muss schauen, dass ich mir die Themen selbst zusammensuche. Ich denke, das geht eher in diese Richtung: Wie weit verankert ist man in einer Redaktion, was hat man da für Aufgaben, wie viel Arbeit hat man fix jeden Tag oder ist es eher etwas wo man sagt, ich muss kreativ sein, ich muss mir die Themen organisieren. Ich denke das ist eine Angestellten-Freie Geschichte momentan. (A245-250)
Beobachtungs-ebene	*Analysedimensionen*	Definition	Ankerbeispiele

Beobachtungs-ebene	Analysedimensionen	Definition	Ankerbeispiele
Weblogs als Werkzeug für Journalisten/Nutzungszwecke			
WN1	*Veröffentlichung von Inhalten*	Diese Kategorie umfasst den Nutzungszweck der Veröffentlichung von Inhalten bzw. Publikation sowie die Verbreitung von Wissen. Dies bezieht sich auf den eigenen Blog und auf das Hinterlassen von Kommentaren auf anderen Blogs.	Zur Veröffentlichung von Inhalten nutze ich meinen eigenen Blog. In anderen Blogs wiederum kommentiere ich durchaus mit. (B124-125)
WN2	*Recherche*	Diese Kategorie enthält alle Aussagen, die sich auf Webogs als ein Mittel für die Recherche beziehen. Dies inkludiert Blogs als Informationsquelle, die Hilfe derselben bei der Suche nach Quellen und die Bestätigung von Fakten.	Zur Recherche nutze ich sie auch. (E208*)
WN3	*zur Ideen- und Themenfindung*	Diese Kategorie bezieht sich auf die Verwendung von Weblogs zur Inspiration, zur Ideen/und Themenfindung für eigene Artikel.	Es ist auch schon vorgekommen, dass ich Ideen- und Themen online gefunden habe bzw. inspiriert wurde. (B125-126)
WN4	*aus Spaß an der Sache*	Hier hinein fallen jene Aussagen, die sich auf Blogs zur Unterhaltung, zum Spaß bzw. zum Amüsement beziehen.	Ich schau' in Blogs mehr aus Interesse rein, das ist für mich eher als Spaß an der Sache gedacht. (F244-245**)

WN5	*zum Networking / Online-Reputation*	Diese Kategorie bezieht sich auf Blogs zum Kontakt und Austausch mit anderen Menschen (Bekannten und Unbekannten), demnach zur Pflege sozialer Kontakte und auch zum Networking. Außerdem fallen Aussagen, die den Aufbau einer Online-Reputation mit Möglichkeiten der Selbstdarstellung begünstigen, sowie sich auf die größere Nähe zwischen Nutzer und Autor beziehen, in diese Kategorie.	Wenn ich die Personen persönlich kenne, einfach um sie „upzudaten“ oder zu erfahren was die gerade machen oder was sie erlebt haben. (A232-233)
WN6	*aus Neugierde, Interesse, Erweiterung des eigenen Horizonts / Aneignung von Wissen*	Jene Angaben zur Nutzung von Blogs aus Interesse und Neugierde an Inhalten, das Verfolgen der Intention den eigenen Horizont zu erweitern,das Handwerkszeug zu erlernen und die Kompetenz in dem Bereich zu erweitern, fallen in diese Kategorie.	Und es ist natürlich auch die Auseinandersetzung mit der Digitalisierung des ganzen Bereichs und das Bewusstwerden, dass sich da ganz viel verändert und sich selbst vielleicht schon in Stellung zu bringen für das, was noch so kommt. (A293-296)
WN7	*zur Information*	Unter diese Kategorie fallen alle Aussagen, die sich auf die Information in Blogs zu allen erdenklichen Themenbereichen sowie darauf Neuigkeiten zu erfahren, beziehen.	Als Informationsquelle einerseits fachlich. (E206*)
WN8	*Aufträge*	Darunter fallen Angaben zu dem Nutzungszweck durch Blogs Aufträge, interessante Angebote zu erhalten und das Weblogs demnach auch Verdienstmöglichkeiten bieten.	Ich habe aufgrund dieses Weblogs, das wir führen schon einmal einen Workshop gehalten und ein bisschen was verdient dabei. Ich hab schon Konzepte geschrieben, die in eine ähnliche Richtung gehen und habe auch verdient dabei. (A285-287)

Beobachtungs-ebene	Analysedimensionen	Definition	Ankerbeispiele
Verhältnis der österreichischen Blogosphäre und den traditionellen Medien			
V1	*Nachholbedarf von traditionellen Medien vorhanden*	Diese Kategorie enhält alle Aussagen, die den Nachholbedarf traditioneller Medien im Weblogging-Bereich im internationalen Vergleich bejahen.	Ich glaub' die nationalen Medien haben in dem gesamten Online-Bereich massiven Nachholbedarf. Egal von welchem Segment wir reden, hinken wir z.B. auch der Situation in Deutschland hinterher. (C196-198)
V2	*Weblogs sind keine Gefahr für die klassischen Medien*	Hier sollen alle Aussagen erfasst werden, die Weblogs nicht als Gefahr für die klassischen Medien beschreiben.	Es gibt ganz klar Gefahren für klassische Medien, das ist ja offensichtlich. Das ist für jeden der sich mit diesem Thema beschäftigt ersichtlich. Aber das hat mit Blogs überhaupt nicht zu tun meiner Ansicht nach. Warum? Weil Blogs das nicht leisten können, was etablierte Medien leisten. (397-400*)
V3	*Weblogs als Bereicherung für klassische Medien*	Unter diese Kategorie fallen jene Aussagen, die Weblogs als Chance, Bereicherung oder Ergänzung für klassische Medien sehen.	Weblogs sind für mich eher als eigenes Zusatzmedium zu verstehen. (F312)
V4	*Weblogs sind eine Gefahr für die klassischen Medien*	Diese Kategorie beinhaltet jene Aussagen, die Weblogs als Gefahr für die klassischen Medien verstehen.	Das kann eine Zeitung in dieser Form nicht befriedigen und deswegen würde ich sagen, das Wachsen dieser Sphäre das kann zum Problem der Zeitung werden, denn wenn man das gewöhnt ist und je mehr das um sich greift, umso schwieriger wird es eine Zeitung haben. (D129-132)
V5	*Wachsendes Interesse an Blogs liegt an der Unzufriedenheit der Leser*	Darunter fallen alle Meinungen, die das wachsende Interesse an Blogs an der Unzufriedenheit der Leser mit traditionellen Medien festmachen.	Ja, das glaube ich schon. Ganz einfach, weil sie die Möglichkeit selbst haben an medialer Berichterstattung teilzunehmen. (F299-300)
V6	*Wachsendes Interesse an Blogs liegt nicht an der Unzufriedenheit der Leser*	Darunter fallen alle Meinungen, die das wachsende Interesse an Blogs nicht an der Unzufriedenheit der Leser mit traditionellen Medien festmachen.	Ich glaube nicht, dass aus einer Unzufriedenheit der Leser mit einer gedruckten Zeitung, die Blogs beginnen zu florieren. (C224-226*)

V7	*Der journalistische Alltag hat sich durch Blogs verändert*	In diese Kategorie fallen alle Aussagen, die zu vertehen geben, dass sich der journalistische Alltag durch Blogs verändert hat. Demnach ist der Einfluss von Blogs mittlerweise groß. Auch die Erwartungen an die Zeitungen verändern sich.	Der Inhalt wird wachsen, der über Blogs – also von nicht traditionellen Medienhäusern generiert wird und auch die Zeit in der Medienkonsumenten konsumieren. Aber es wird nie so werden, dass jetzt auf einmal Blogs größer sind als die traditionellen Medienhäuser, aber sie werden ihren Anteil am Kuchen ganz sicher bekommen. (E339-343)
V8	*Der journalistische Alltag hat sich durch Blogs nicht verändert*	Jene Aussagen, die sich darauf beziehen, dass sich der journalistische Alltag durch Blogs nicht verändert hat, fallen in diese Kategorie. Demnach haben Blogs keinen oder nur geringen Einfluss und werden nicht ernst genug genommen.	Nein, das tut sie überhaupt nicht. Die meisten Leute „scheren sich einen Dreck darum“ und glauben, das sind Leute die irgendetwas im Internet schreiben und das es ein Blödsinn ist. Also wenn man sagt, das habe ich in einem Blog gefunden wird es nicht ernst genommen. (E224-227)
V9	*Der journalistische Alltag hat sich durch die gesamte Online-Produktion verändert*	Aussagen, die sich auf die Veränderung des journalistischen Alltags durch die gesamte Online-Produktion beziehen, werden hier erfasst. Blogs sind nur ein Teil des gesamten Online-Bereichs.	Ich würde das nicht auf Blogs alleine anstellen. Die ganze Content-Produktion konzentriert sich ja zunehmend auf den Online-Bereich. (A267-268)
V10	*Zusammenhang von Mediensituation und J-Blogs*	Hier sollen die Aussagen zum Zusammenhang zwischen der österreichischen Mediensituation und dem Einfluss auf Journalisten-Blogs in Österreich erfasst werden.	Ja ich glaube schon, dass die österreichische Mediensituation die Blog-Situation beeinflusst. (B185-186)
V11	*Kein / geringer Zusammenhang von Mediensituation und J-Blogs*	Hierbei geht es darum, dass die österreichische Mediensituation keinen oder nur sehr geringen Einfluss auf Journalisten-Blogs in Österreich hat. Die Journalisten sehen hier keinen Zusammenhang.	Ich glaube nicht, dass die Medien-konzentration so eine große Rolle spielt. Ich denke das ist die Infrastruktur und das Mindset. (A364-366)

KODIERREGELN

An dieser Stelle werden nun die für die vorliegende Studie anfallenden Kodierregeln erklärt. Dazu muss vorerst erklärt werden, dass es sich lediglich um allgemeine, nicht aber um spezielle Kodierregeln handelt, da diese als übergreifend und auf alle Kategorien anwendbar erscheinen. Welche genauen Fundstellen des Materials pro Kategorie kodiert werden dürfen, ist im Kodierleitfaden zu finden. Dort werden für jede Kategorie die jeweiligen Definitionen festgehalten.

1. Die Kodierung erfolgt durch Zuordnung der Fundstellen im Material mittels Codes. Diese werden anhand des Prinzips *Fall/ Zeile* erstellt. Bsp.: E112-113.

2. Die Fundstellen im Material werden durch **fett** gedruckte Schrift markiert.

3. Sich thematisch abgrenzende Fundstellen in einem Satz oder Absatz, der fett markiert wurde, werden mit dem Zeichen * gekennzeichnet. Werden mehrere Fundstellen auf diese Art gekennzeichnet, können mehrere dieser Zeichen zu finden sein, um deutlich markieren zu können, dass sich diese Fundstellen – obwohl in einem Satz/Ansatz vorhanden – thematisch voneinander abgrenzen und unterschiedlichen Codes zugeordnet werden (Dazu verwendete Kodierung siehe Regel 5). Beispiel:
   *Ein Blog lebt von Links**, vom Eingehen auf Kommentare und das müssen viele erst lernen bei uns*.*

4. Bei Fundstellen, die sich thematisch auf die selbe Aussage beziehen und demnach als zusammengehörig verstanden werden können, wird – wie im Beispiel veranschaulicht – nur *ein* Code verwendet, der sich auf den gesamten Absatz bezieht, in welchem die Fundstellen zu finden sind. Allerdings werden die Aussagen (Sätze) zwischen den jeweiligen Fundstellen in der Paraphrase mit einer Klammer (…) gekennzeichnet.

Beispiel:

P05: **Es (Anm.: ethische Prinzipien in Blogs) spielt schon eine Rolle.** Man kann jetzt nicht hergehen und sagen jetzt schreibe ich für die Zeitung und bin dann ein ganz anderer Mensch indem ich im Internet publiziere. **Ich glaube es spielt die gleiche Rolle, oder zumindest eine**

4 **ähnliche.** Ich meine, in einem Kommentar in der Zeitung bist du ja auch nicht 100% sachlich.
5 Sachlich schon, aber neutral.

Die Kodierung wird – wie oben erklärt - folgendermaßen vorgenommen: E1-4

Paraphrasiert wird demnach wie folgt: *Es (Anm.: ethische Prinzipien in Blogs) spielt schon eine Rolle. (…) Ich glaube es spielt die gleiche Rolle, oder zumindest eine ähnliche.*

5. Sollten in einem Satz mehrere relevante Inhalte vorkommen, die sich jedoch auf unterschiedliche Themenbereiche beziehen und demnach unterschiedlichen Kategorien zuzuordnen sind, werden diese durch das Zeichen * gekennzeichnet. Demnach werden unterschiedliche Codes verwendet, die wiederum unterschiedlichen Kategorien zugeordnet werden. Diese Regel gilt allerdings nur, wenn sich die Aussage bzw. der Satz nicht eindeutig einer Kategorie zuordnen lässt und somit wenn davon ausgegangen werden kann, dass der Interviewte auf alle hier angesprochenen Themenschwerpunkte dieselbe Relevanz legt. Beispiel:

6 Ein **Blog lebt von Links**, vom Eingehen auf Kommentare und das müssen viele erst**
7 **lernen bei uns*.**

In diesem Fall wird wie folgt kodiert: E6** und E6-7* (jeweils in unterschiedliche Kategorien).

6. Sollten in einem Satz zwei unterschiedliche Aspekte vorkommen, wobei beide anhand der Aussage des Interviewten gleich zu gewichten sind - also nicht eindeutig nur einer Kategorie zuordenbar sind – wird derselbe Satz bzw. dieselbe Aussage in Ausnahmefällen doppelt kodiert. Der Code wird in diesem Fall mit zusätzlichen Ziffern gekennzeichnet, z. B.: *E12(1) und E12(2)* .

KATEGORIENSYSTEM

Beobachtungsebene: Nutzungsmotive	Analysedimensionen	Codes
N1	*Verbreitung/ Veröffentlichung von Inhalten*	A5-11; D4; E2-6*; F43-44; F46-47; F88-89; G12-13; G23-28; H53-57;
N2	*Platz/ Raum*	C22-26; D29-30; E6-9;
N3	*Feedback/ Kontakt*	A32-35; A56-58; B30-31; B40-45; B48-50; C95-98; D12; D16-19; E33-34*; E35-37; E44-47; E48-51; E53-56; E60-62; F5-8; F36-37; F68-75; G67-68; G79-82; H44; H62;
N4	*zeitliche und thematische Freiheit*	B3; B21-22; B36-37; C20-22*; C26-31; E11-12; E24; G51; G56-57; H5-7; H25-31;
N5	*Neue Aufträge*	E74-75*; F283-287;
N6	*Bekanntheit*	A61-62; A254-256; E20-22; G28-29; H3-5*; H122-125;
N7	*(neue) Leserschaft gewinnen*	B53-56; C17-19; E35; E71-73;
N8	*Forderung der Weblog-Führung des Mediums*	B14-16; C3-5; G44-49;
N9	*Neues Kennen lernen*	A27-30; A69-70; C12-13;G3-5; G6-10;
N10	*Schilderung des Redaktionsalltags*	D2-3;
N11	*Spaß/ Unterhaltung*	A70; B2-3; B24-27; B30*; B58; B106;
N12	*Networking*	E11*; H12-15;
N13	*Alle Artikel an einem Ort aufbewahrt*	F2-5*; F9-13; F283-284;
N14	*Ideen für Artikel*	A64-67; F78-82;

Beobachtungsebene: Qualität/ Qualitätskriterien	Analysedimensionen	Codes
QK1	*In Blogs gelten die gleichen Qualitätskriterien wie in der Zeitung*	C108-112; C115-116*; F92-101; H65-69;
QK2	*andere Grundsätze*	D26-28**;
QK3	*sprachliche Qualität*	C116-117; E81-82*; E90-92*; G155-157; H113-115;
QK4	*Knappheit der Informationen*	C117-119; D25-26*; D28***; D28-29*;
QK5	*Aktualität; Schnelligkeit*	C117-119; D28****; E133;
QK6	*Sicherheit*	A174-175**; C144; D73-74; H188;
QK7	*Sorgfalt, Wahrheit, Wahrhaftigkeit*	A117*; A164-166*; C140; D69-71**; E171-172*; F197-199*; G172-174;
QK8	*Wahrung der Interessen Dritter*	A165-167**; A176***; C142; D70-71***; E172-173; E176; G177-178; H175-176; H190-191*;
QK9	*Struktur/ Aufbau des Textes*	D52-53; E127*;
QK10	*Verlässlichkeit*	C152-154;
QK11	*Subjektivität (Meinungen vor Fakten)*	A103-108; C148; E92-93; E95-96; E113-116; F103-109; F199-202; G180-183;G221-222; G231-232; G278; G311-313; H103-104; H111-112; H195-198*;
QK12	*Unabhängigkeit*	A162-163*; D69-71*; G172*-174; H171;
QK13	*Transparenz*	A130-131; B101; D61-62; E82**-83; E119-120; E144-145; F175-176; H122*;
QK14	*Kriterien der Themenauswahl*	A173-174*; C123-125; D58-59(1); D70-72; G162-164; H177;
QK15	*Befriedigung der Bedürfnisse der Leser*	D58-59(2); F169-170; G96-99; G135-136; G142-143; H127; H131-132;
QK16	*Unterhaltsamkeit*	B94; C119-121; F144-147; F148-151; G139**;
QK17	*Service*	G139-140*;
QK18	*Nähe zum Autor*	G140-141;
QK19	*Sachlichkeit*	H110-111**;
QK20	*Information*	B65-67; E119*; G138-139*; G316-317; H110*;
QK21	*Interaktivität*	E82-83; E123-126*; F190-191;
QK22	*Technische Komponenten*	E118; E127**;
QK23	*Wissen über die eigenen Fähigkeiten und Grenzen*	F156-159; F161-162;
QK24	*Richtigkeit*	A123-128; A145-147; A152-157; A167-168; A177-178****; C116**; C130-131; C134-136; C146; E126**; E136-139; F179-183; G154-155*; G207-209; G236-238; H120; H136-140; H177*; H198-199;
QK25	*Tiefe der Themen*	A115-117**; A117-119;
QK26	*Eigene Erlebnisse*	A123*;

Ethik/Ethik-Kodex		
QE1	*Einhaltung ethischer Grundprinzipien*	A188; D76; E181-184; G170-172*; G240-241; H201; H203-204;
QE2	*freiwillige Selbstkontrolle durch Ethik-Kodex*	A202-205; E188-189; F207; F209-211; G248-249; H212;
QE3	*Ethik-Kodex ist nicht durchführbar*	B114*; C162-163; D79-81; E191-194; H218;
QE4	*Blogosphäre ist selbst-regulierend*	A195-199; B114-116; B119-120; E196-197;
QE5	*Sanktionierungen bei Verstößen*	A213-215; D86-89; F214-218;
QE6	*Rechtliche Rahmenbedingungen*	A209-210; A216-217; C166-170;
Qualität/ Journalisten und Nicht-Journalisten		
QV1	*Qualitative Berichterstattung obliegt Journalisten*	A95-97;A100-102; A225-230; B87-92; E99-108; H107-108;
QV2	*Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten sind vergleichbar/ ähnlich*	D44-45; D95-96; E201-204; F130-132; F229-232; F234-236; H236;
QV3	*Konsequenzen bei Verstößen müssen für beide gleich sein*	A221-222;C174-178;
QV4	*Nicht-Journalisten machen bessere Blogs*	F119-122; F124-126; G110-112; G259-261; G267-268*;G268-269; G273-274;

Beobachtungsebene: Weblogs als Werkzeug für Journalisten / allgemein	Analysedimensionen	Codes
WA1	*Weblogs sind kein Werkzeug für Journalisten*	D104-106; G298*;
WA2	*Weblogs sind ein Werkzeug für Journalisten*	F256-257; H260-261;
WA3	*Weblogs sind eher ein Werkzeug für freie Journalisten*	A245-250;
Weblogs als Werkzeug für Journalisten / Nutzungszwecke		
WN1	*Veröffentlichung von Inhalten*	A234-235**; B124-125; B136-140; C191-192; E208-210*; E215;
WN2	*Recherche*	A238-240; B123; B135; E208*; G285-289;
WN3	*zur Ideen- und Themenfindung*	A235-237*; A282*; B125-126; B136*; B149-151; E214; F242-244*; H251-253; H296-298; H299-300;
WN4	*aus Spaß an der Sache*	A237*; B122; B142-144; D101; E211; F244-245**; G285*; H243*;
WN5	*zum Networking / soziale Kontakte/ Online-Reputation*	A232-233; A274-275; A301-304; C188-189; E206-208**; E210**; FF238-239; F245-246; H240-241; H243-245**;
WN6	*aus Neugierde, Interesse, Erweiterung des eigenen Horizonts / Aneignung von Wissen*	A237-238; A282**; A293-296; A287-288; A299-301; A306-307; H245;
WN7	*zur Information*	A234*; E206*;
WN8	*Aufträge/ Verdienstmöglichkeit*	A285-287; E75-76;

Beobachtungsebene: Verhältnis zwischen der österr. Blogosphäre und den traditionellen Medien	Analysedimensionen	Codes
V1	*Nachholbedarf von traditionellen Medien vorhanden*	A310-329; C196-198; C200-204; C208-210; D117-118; E85-86; E230-236; E258-265; E293-302; F303-305; G321-328; H285-288;
V2	*Weblogs sind keine Gefahr für die klassischen Medien*	B200-205*; C236-237*; D138-144; D146-149; F311-312**; G397-400*; G405-421*; H319-320; H322-328;
V3	*Weblogs als Bereicherung für klassische Medien*	A378; C226; C237-239; C242-247; D34-36; D152-155; D159-162; F310-311*; F312; G298-300; G301-304; G400-402;
V4	*Weblogs sind eine Gefahr für die klassischen Medien*	A372-374; B205-206; D129-132; E238-247; E313-316; E319-320; E328-336; G365-375; G385-387; G421-422;
V5	*Wachsendes Interesse an Blogs liegt an der Unzufriedenheit der Leser*	F299-300;
V6	*Wachsendes Interesse an Blogs liegt nicht an der Unzufriedenheit der Leser*	A345-355; C224-226*; D125; E290-291; G356-361; H310-311; H313-317;
V7	*Der journalistische Alltag hat sich durch Blogs verändert*	B130-133; C214-216; D134-136; E268-284; E339-343; G318; G379-385*; H264-268; H303-307;
V8	*Der journalistische Alltag hat sich durch Blogs nicht verändert*	A342; E224-227; E287;
V9	*Der journalistische Alltag hat sich durch die gesamte Online-Produktion verändert*	A267-268; A270-272; D109-110; F268-273; G307-309;
V10	*Zusammenhang von Mediensituation und J-Blogs*	B185-186; G392-394;
V11	*Kein / geringer Zusammenhang von Mediensituation und J-Blogs*	A358; A364-366; E305-307; H343-351;

PARAPHRASIERUNG UND ZUSAMMENFASSUNG PRO KATEGORIE

Beobachtungsebene 1: Nutzungsmotive		
Code	**Paraphrasen**	**Zusammenfassung pro Kategorie**
Analysedimension - N1: Verbreitung/ Veröffentlichung von Inhalten		
A10-11	"Und dann haben wir gesagt, eigentlich ist die Idee so gut, dass wir das selbst probieren wollen. So ist die Idee des Kärnten-Blogs entstanden, der zugrunde liegt, dass man die Tourismusdestination Kärnten und alles was man im Internet darüber erfahren kann, ergänzt durch Geheim- oder Einheimischentipps, Insiderinformationen oder auch Buschenschenken oder schöne Plätze festhält. Also, dass man das wirklich von unten herauf – man kann Geschichte von unten erzählen – und man kann sozusagen eine Tourismusdestination von unten beleuchten."	7 von 8 Befragten nutzen das eigene Weblog zur Veröffentlichung von Inhalten zu verschiedensten Themenbereichen: die Beleuchtung einer Tourismusdestination (Tipps von Einheimischen, Gastronomie, schöne Plätze, etc.), die Veröffentlichung von DJ-Terminen, diversen Fotos, das Onlinestellen eigener Artikel (Abbildung der eigenen Arbeit), familieninterne Informationen inklusive Fotos für Verwandte, Tipps für Medienmacher in Österreich in Bezug auf die Nutzung des Internets. Abseits von diesen genauen Angaben über die Inhalte, die am Blog veröffentlicht werden, spricht ein Befragter auch von einer Ausweitung der Themen am Blog. Ein anderer Befragter verfolgt durch die Veröffentlichung von Inhalten auch die Intention, die Menschen (Leser) auf Themen aufmerksam zu machen und sie zum Nachdenken zu bringen. Außerdem wird von einem gewissen Sendungsbewusstsein gesprochen, das man als Blogger haben muss, um sich mit dieser Kommunikationsplattform und ihren Möglichkeiten auseinander zu setzen. Letztlich ist es einem der Journalisten, durch einen beruflichen Aufstieg und der damit einhergehenden Veränderungen seines Arbeitsschwerpunktes, ein Anliegen, selbst zu schreiben und Inhalte zu veröffentlichen.
D4	"Inzwischen hat es sich ausgeweitet auch auf andere Themen, die wir veröffentlichen"	
E2-6*	Angefangen habe ich, indem ich einen Haufen E-Mails geschickt habe an einen großen Medienmacher in Österreich und die scheinen halt allen ….wie man als Medienkonzern das Web nutzen soll. Und dann habe ich mir gedacht, ich schicke die E-Mails, die ich ihm schicke an alle auf der ganzen Welt, das sollen alle lesen. Das war das eine.	
F43-44	"Bei mir ist es so, dass wenn ich einen Artikel für die Zeitung geschrieben habe, der veröffentlicht wurde, den Artikel dann eigentlich sofort auf den Blog stelle".	
F46-47	"Hin und wieder stelle ich auch DJ-Termine, Fotos oder ähnliches hinein."	
F88-89	(…) "nur das sture Veröffentlichen von Texten das ich mache. Meiner ist halt sehr geradlinig und ich bilde einfach das ab, was ich als Arbeit abliefere"	
G12-13	Und das zweite ist ein Blog, auf welchem ich Familienfotos reinstelle, damit sich meine Familienmitglieder das anschauen können.	
G23-28	Auf der anderen Seite bin ich ja Journalist von meiner Herkunft her und jetzt da Geschäftsführer auch und deshalb geht es mir auch ein bisschen ab, dass ich nicht mehr wirklich journalistisch tätig in, ich schreibe nichts mehr und vielleicht ist das Blog für mich auch ein kleines Ding, wo man sagt: „Ach, irgendwas kannst du auch noch machen!" Da kann ich auch noch Sachen veröffentlichen."	

H53-57	(...)"aber ein gewisses Sendungsbewusstsein muss man schon haben, nicht? Es muss einem und bei mir ist das so, ein Anliegen sein bestimmte Themen zu bringen, wenn man will, dass andere auf diese Themen aufmerksam gemacht werden. Ich will sozusagen die Leute dazu bringen, über das nachzudenken, was ich verbreite. "	
Analysedimension N2: Platz/ Raum		
C22-26	Dazu muss ich ganz kurz ausholen: In einer Zeitung auf Papier gibt es immer so zu sagen eine Hierarchie der Themen, muss es geben weil man sagt, das Thema ist wichtig genug, dass es in die Zeitung kommt, das ist nicht so wichtig, das geht sich leider nicht aus - ist eine lustige Idee, aber dafür haben wir nicht genug Platz.	Drei der Befragten nutzen das Blog aus Platzgründen. Es geht ihnen darum, dass man in einem Weblog ohne Einschränkung der Länge, Themen veröffentlichen kann. Ein Befragter spricht von einer Hierarchie der Themen in einer Tageszeitung, demnach können Journalisten nur sehr eingeschränkt entscheiden, über welche Themen Bericht erstattet wird und wie viel Platz ihnen zur Verfügung steht. Am Weblog schätzen die Journalisten, dass dieser Platz bietet, den die Zeitung nicht bietet. Einer der Befragten spricht davon, dass er in der Zeitung für seinen Themenbereich nie den Platz hatte, den er gebraucht hätte um das Thema zu erläutern.
D29-30	Gut ist, dass der Blog Platz bietet, den die Zeitung ja nicht bietet.	
E6-9	Und das zweite ist, dass ich nie wirklich den Platz gehabt habe, den ich gebraucht hätte, weil das Thema so ein wichtiges ist über das ich schreibe – behaupte ich jetzt einmal – es gibt auch Leute, die andere wichtige Themen haben, aber in der Zeitung hat man einen eingeschränkten Platz für Technikinhalte.	
Analysedimension N3: Feedback/ Kontakt		
A32-35	Das Tolle am Weblog ist, dass man dadurch wirklich messen kann, welche Geschichten zum Beispiel gut sind, welche überhaupt nicht ziehen. Das ist natürlich auch interessant, weil man darauf auch Feedback bekommt.	Alle der acht Befragten nutzen das Weblog aus Gründen des Kontakts, Austausches, Dialogs mit und des Feedbacks durch die Leser. Es ist ihnen ein Anliegen, dass die Leser mittels Kommentaren oder E-Mails ihre Meinung kundtun. Das In Kontakt treten erfolgt entweder durch die Kommentarfunktion oder via E-Mail. Generell ist den Befragten der Kontakt mit den Lesern sehr wichtig. Oftmals – gerade bei umstritteneren Themen – geschieht es, dass sich mit gewissen Lesern des Öfteren ausgetauscht wird (mehrere E-Mails oder Kommentare). Ein wesentlicher Aspekt des Feedbacks ist, dass sich dieses von jenem der Tageszeitung abgrenzt. Es wird auch von einem viel besseren Feedback gesprochen, als es in der Tageszeitung überhaupt möglich ist, da man in der Tageszeitung kaum Feedback bekommt. Wichtig erscheint, dass sich dieses öffentliche Kommunikationsmedium von der Einseitigkeit der Tageszeitung abgrenzt. Wichtig daran erscheint einigen der Befragten, dass der Erfolg von Geschichten messbar wird. Durch das Feedback erfahren die Journalisten auch, wo sie gut oder schlecht sind und können mit diesen Informationen arbeiten. In
A56-58	Also wir haben es uns zum Ziel gemacht, dass wir jeden Kommentar beantworten, sofern er jetzt nicht nur rein „super, gefällt mir“ beinhaltet. Aber sonst beantworten wir eigentlich jeden Kommentar.	
B30-34	"ich freue mich immer wenn mir irgendein Leser irgendwie antwortet – völlig egal in welche Richtung. Wenn er z. B. schreibt: „Entschuldigen Sie Herr Werbeknecht, Sie sind ein Vollidiot…!“, ist das schön wenn dieser einen Grund dazu schreibt. Und wer freut sich nicht über Kommentare wie: „ja, wunderbar, danke, so gehört es sich!“"	
B40-45	Wie gesagt der Blog ist noch sehr jung, d.h. es ist daher auch noch nicht wirklich viel Traffic zwischen den Lesern und mir da, soll aber in Zukunft hoffentlich in eine Forumsrichtung gehen. Also dass es geschieht, dass die Leute wirklich in meinem Blog streiten. Also ich schreibe ja nicht nur, welche Spots ganz blöd sind, sondern lobe ja die genialen und dass die Leute dann auch anderer Meinung sind und dass sie dass hoffentlich auch kundtun.	

B48-50	Wenn sich einmal irgendjemand registriert und seine email- Adresse übermittelt, würde ich auch gerne über email mit meinen Lesern in Kontakt treten.	Hinblick auf die Kommentare sind die Befragten der Meinung, dass diese von ihnen beantwortet werden sollen. Dies ist ein von ihnen sich selbst auferlegtes Ziel. In den meisten Fällen beantworten die Journalisten die Kommentare bzw. E-Mails, manche Journalisten sogar alle. Ein Journalist spricht davon, dass dies mit einem Arbeitsaufwand einhergeht, aber dass durch diesen Mehraufwand auch sehr viel Positives retour kommt. In Bezug auf die Art der Kommentare betont ein Journalist, dass er sich freut, wenn er eine Antwort bzw. einen Kommentar bekommt. Ihm ist es nicht wichtig, in welche Richtung der Kommentar geht. Die Kritik der Leser wird in der Regel angenommen, was die Journalisten wiederum dazu bewegt, beim nächsten Mal derartige Fehler oder ähnliches zu unterlassen. Ein Journalist hat einen liberalen Zugang zu Kommentaren, da er am liebsten alles zulassen würde, da das Internet als demokratisches Medium die Möglichkeit der freien Meinungsäußerung bietet. Ein Journalist verfolgt die Intention, dass die Leser, durch seine Inhalte dazu bewogen werden, in seinem Blog zu diskutieren bzw. zu streiten. Ein anderer Journalist verfolgt die zusätzliche Intention, dass sich der Austausch am Blog auf einem Niveau entwickelt, der sich von Online-Foren oder ähnlichem abgrenzt. Einer der Befragten konkretisiert die Feedbackfunktion des Blogs, indem er sagt, dass er sich auf Artikel oder ganze Hefte von den Lesern Feedback geben lässt oder ein Heft bereits von den Lesern korrigieren ließ.
C95-98	Und das ist auch ein Punkt der mich interessiert und den ich spannend bei dieser Form finde, dass sie eigentlich sehr stark auf den Diskurs setzt die Form und solange dieser sich auf einem Niveau entwickelt, der ein wenig jenseits dessen ist, was man so in Online-Foren oder ähnlichen Dingen ließt, dann ist mir das hoch willkommen.	
D12	Mir persönlich ist der Kontakt sehr wichtig.	
D16-19	Durch E-Mail weil wir bei den Einträgen immer die email- Adresse dazuschreiben und bei umstrittenen Themen wie der EU oder ethischen Fragen melden sich die Leser dann schon und ich schreibe ihnen dann schon zurück. Dieser Austausch per email geht dann schon öfter hin und her, was ich sehr interessant finde.	
E33-34*	Generell lege ich schon viel Wert darauf, weil es mir wichtig ist und weil man den Erfolg von einer Geschichte sehr gut messen kann.	
E35-37	Weil man Kommentare hinterlassen kann, das ist ein viel besseres Feedback als man in einer Tageszeitung haben kann.	
E44-47	Voll wichtig (Anm.: ist der Kontakt mit den Lesern). Du kannst…ich stell oft Sachen online z. B. WebSpezial – ich weiß nicht ob Du das kennst – die Kleine Zeitung hat vier Mal im Jahr ein Heft übers Internet. Und das stell ich meistens schon vor Drucklegung rein, damit ich Feedback bekomme.	
E48-51	Feedback ist unglaublich wichtig, weil es dir einen Rat gibt wo du gut bist oder schlecht bist und wo du dich verbessern kannst. Und dieses Feedback hast du da herinnen (Anm.: in der Redaktion) kaum, in allen Formen von Mainstream-Medien.	
E53-56	Ja natürlich (Anm.: nehme ich die Kritik an) und das ist auch wichtig. Wenn ich einen „Scheiß“ geschrieben hab, steht das auch drinnen. Dann musst du damit leben. Beim nächsten Mal recherchierst genauer oder schreibst weniger angriffig oder mehr, je nachdem.	
E60-62	Ja, ja sicher, aber eher kleinere Sachen eher. Ich hab zum Beispiel mal ein Heft reingestellt und die Leser gebeten, dass sie das korrigieren können. Und so wenige Rechtschreibfehler hat es noch nie gegeben, in keiner Ausgabe.	

F5-8	Die Motivation war die Möglichkeit eines öffentlichen Kommunikationsmittels zu haben, also quasi nicht nur diese Einseitigkeit, wie beim Radio oder in der Zeitung. Also dass man etwas schreibt und niemand kann darauf reagieren, sondern auch dass man in einen Dialog mit dem Leser treten kann.	
F36-37	Aber für mich ist das Medium über welches ich mit meinen Lesern kommuniziere meine Mailbox und mein eigener Blog.	
F68-75	Aber hier (Anm. am Blog) wird erwartet – und ich mache das auch und ich stelle auch fest dass es einen Sinn hat – jedes Mail beantwortet. Und dass ist natürlich viel Arbeit, weil ich ja auch tatsächlich auf das eingehe, was sie da zu sagen haben, wobei sehr viel Positives kommt. Aber das Tolle ist ja auch wenn sie einen beschimpfen oder man sehr harsche Kritik bekommt und man dann aber sehr freundlich antwortet und das was sie sagen ernst nimmt, dann kommen gleich viel freundlichere Antworten zurück. Von dem her kann man Leser auch wieder beruhigen und das mag ich wieder daran.	
G67-68	Natürlich ist der Austausch und der Kontakt mit den Lesern wichtig, ohne Frage. Kommentare sind besonders wichtig.	
G79-82	Mein Grundzugang zu Postings ist, so liberal wie möglich. Ich würde am Liebsten alles zulassen. Das Internet in seiner Funktion ist ja ein demokratisches Medium, demnach soll jeder alles sagen können was er sagen möchte. Ob mir das passt oder nicht ist eine ganz andere Sache.	
H44	Ja, absolut, natürlich (Anm.: ist der Kontakt mit den Lesern wichtig).	
H62	Ja, genau, so habe ich das Feedback von den Lesern.	
Analysedimension N4: zeitliche und thematische Freiheit		
B3	"weil ich so subjektiv meinen „Senf“ abgeben kann"	Eines der Nutzungsmotive der Befragten ist die zeitliche und thematische Freiheit. Dieses Nutzungsmotiv wurde von fünf Journalisten als wesentlich empfunden. Die Befragten nennen hier die absolute redaktionelle Freiheit, dass es keinen limitierenden Faktor des Themas gibt und die Möglichkeit Themen zu veröffentlichen, die zwar von Interesse sein können, jedoch im Ursprungsmedium nur wenig bis keine Relevanz besitzen und somit in der Tageszeitung keine Chance haben. Auch
B21-22	ich habe absolute redaktionelle Freiheit. Ich kann schreiben was mir gerade einfällt.	
B36-37	Die ersten 10 Minuten in der Früh (Anm.: blogge ich), aber auch zwischendurch – wann es mir halt gerade einfällt.	
C20-22*	Der Punkt der mich daran zu interessieren begonnen hat war einfach, dass es eigentlich mit Ausnahme meiner eigenen Arbeitszeit keinen limitierenden Faktor des Themas gibt.	

C26-31	Also es haben plötzlich Themen eine Chance, die im weitesten Sinne in der Republik „Orchideenthema“ angesiedelt sind, die aber durchaus Interesse finden können, die für Leute interessant sein können, wo es auch durchaus sinnvoll ist eine Öffentlichkeit her zu stellen, aber die im Alltag einer Zeitung eigentlich keine Chance hätten. Und das ist eigentlich der Bereich, der mich an dieser Form einfach interessiert.	die zeitliche Freiheit ist den Befragten ein Anliegen. Diese bloggen in erster Linie nach freier Zeiteinteilung. Hier gibt es ganz unterschiedliche Vorlieben: Von den ersten 10 Minuten in der Früh, zwischendurch, bis hin zum Wochenende. Betont wird aber, dass die tagesaktuelle Produktion für das Printmedium natürlich Vorrang hat.
E11-12	Außerdem kann ich schreiben über was ich will, wann ich will, ich bin da komplett frei.	
E24	Wenn ich Zeit habe (Anm.: blogge ich).	
G51	Eigentlich mache ich das, wie es sich ergibt (Anm.: das Bloggen, zeitlich gesehen).	
G56-57	Manchmal blogge ich dann auch am Samstag oder Sonntag, aber das ist eh klassisch im Journalismus.	
H5-7	Inhaltlich und darauf kommt es ja im eigentlichen an, dass ich bestimmte Texte, die ich in der Printausgabe nur schwierig oder gar nicht unterbringen kann oder will, genau dort platzieren kann.	
H25-31	Es ist klar, dass wenn ich nämlich tagesaktuell für die Printausgabe beschäftigt bin, ich nicht die Zeit dazu habe zu bloggen. Die tagesaktuelle Produktion der Printausgabe hat eben ganz klar, den Vorrang. Aber wenn ich jetzt sozusagen die Möglichkeit habe, nach meiner eigenen Zeiteinteilung vom Tagesaktuellen mich auszuklinken, dann mache ich den Blog. Also ich schreibe jedenfalls in der Redaktion, an meinem Arbeitsplatz und habe bis jetzt noch keinen einzigen Eintrag von meinem privaten PC zu Hause gemacht.	
Analysedimension N5: Neue Aufträge		
E74-75	Also ich sehe das Blog als Tool um Aufträge zu bekommen.	Zwei der Befragten nutzen das Weblog um neue Aufträge zu bekommen. Hier wird auch davon gesprochen, dass potenzielle Auftraggeber sich am Blog über die Person informieren können und dadurch einen Einblick in die Arbeit der Journalisten bekommen. Dem Weblog wird zugeschrieben, dass dadurch leichter die Aufträge zu bekommen sind.
F283-287	Ich profitiere natürlich auch davon, dass ich potenziellen Auftraggebern nicht immer erst Texte schicken muss, damit sie sehen was ich kann. Sondern die haben von irgendwoher von mir gehört, geben meinen Namen im Internet ein und können dort natürlich sofort lesen was ich geschrieben habe. Und ich bekomme dadurch natürlich leichter Aufträge.	
Analysedimension N6: Bekanntheit		
A61-62;	Wir versuchen schon auf diversen Plattformen unsere Spuren zu hinterlassen. Und auch Kommentare auf anderen Destinationsblogs auf eine Art zu hinterlassen.	Vier der Befragten nutzen das Weblog aus Überzeugung oder Hoffnung durch den Blog einen gewissen Grad an Bekanntheit zu erlangen und auch durch die Notwendigkeit im Internet vertreten zu sein. Dieses Nutzungsmotiv geht auch mit einer Selbstdarstellungskomponente des Autors einher. Das Bedürfnis seine Meinung zu sagen muss hier ebenfalls gegeben sein.
A254-256	Erstens einmal, am Anfang sagt man, man macht jetzt auch einen eigenen Blog, weil man will ja im Internet irgendwo vorhanden sein.	

E20-22	Weil entweder hast du ein – wie sagt man denn – Bedürfnis deine Meinung zu sagen und dann Inhalte „raus zu tun“ oder nicht und ich habe dieses Bedürfnis.	Eine Möglichkeit die Bekanntheit zu steigern ist für einen der Befragten das Hinterlassen von Spuren auf anderen Plattformen und Weblogs. Ein anderer Journalist bring die Steigerung seiner Bekanntheit mit der „Marke Ich“ in Verbindung, welche er erhöhen bzw. vorantreiben möchte. Auch von einer gewissen Eitelkeit und von Egoismus wird hier gesprochen.
G28-29	Ein Blog ist auch irgendwie auch ein Vehikel zur Steigerung der Bekanntheit, die die das verstanden haben, die kümmern sich auch darum.	
H3-5*	Also wie gesagt, ich war insofern davon überzeugt, als man mir sagte, die „Marke Ich“ könne dadurch erhöht werden, vorangetrieben werden. Das hat mich natürlich bei meiner Eitelkeit dazu bewogen das zu machen.	
H122-125	Ich bin in der Hinsicht egoistisch und erinnere daran, dass ich ja schließlich das Versprechen halte, die „Marke Ich“, sei damit ausbaufähig. Und da ich ja auch gutgläubig bin, glaube ich an dieses Versprechen und arbeite jetzt am Ausbau der Marke Ich.	
Analysedimension N7: (neue) Leserschaft gewinnen		
B53-56	Also ich habe bei weitem noch nicht die Leserzahl, die ich haben möchte. Wie beim normalen redaktionellen Alltag haben wir permanent eine Statistik – so auch bei meinem Blog. Daher habe ich Einsicht in die Leserzahlen und es sind am Tag etwa 500. Haben möchte ich etwa 7000 bis 8000 Stammleser täglich.	Ein Nutzungsmotiv ist der Gewinn und Aufbau einer neuen bzw. anderen Leserschaft. Es wird hier auch die Intention verfolgt, möglichst viele (RSS-) Abonnenten zu gewinnen. Eine weitere Intention ist das Erreichen einer anderen Nutzerschicht, als die in der Zeitung. Auch die Zugriffe pro Tag und die Anzahl der Stammleser spielen für die Befragten eine Rolle.
C17-19	Und dann war natürlich mit der Zeit das Thema, dass man möglicherweise eine andere Nutzerschicht erreicht als mit einer Zeitung aus Papier.	
E35	(…)"viele Abonnenten habe ich dazu gewonnen, Rss-Abonnenten".	
E71-73	Ja, möglichst viele Leute zu finden, möglichst viele Subscriber zu finden, - das klingt jetzt blöd – das sind die gleichen Ziele wie in den Mainstream-Medien, möglichst eine Leserschaft aufzubauen.	
Analysedimension N8: Forderung der Weblog-Führung des Mediums		
B14-16	Dann kam irgendwann einmal die Idee (Anm.: in der Presse) auf, machen wir doch irgendwann einmal Blogs. Und ich war dann gleich auch voll begeistert und meldete mich dafür.	Ein Motiv der Nutzung ist die Forderung der Weblog-Führung seitens des Mediums. Hier wurde den Befragten die Führung des Blogs nahe gelegt (oder gefordert) und ist am Online-Angebot des Mediums verankert. Drei der Befragten gaben dieses als Nutzungsmotiv an. Eine weitere Erläuterung ist, dass Kollegen desselben Mediums auf der Suche nach Mitautoren waren und sich der Befragte für diese
C3-5	Der Kollege Novak – aus der Tageszeitungs-Chronik – hat die Idee gehabt, dass man einen „Stadtbild“- Blog machen könnte und hat dafür Mitautoren gesucht.	

G44-49	Sagen wir es so, wenn ich doch als Online-Geschäftsführer sage „Wir setzten jetzt auf das Thema Blogs“, dann macht es natürlich keinen schlanken Fuß, wenn ich dann selbst nicht blogge. So funktioniert es ja nicht. Aber ein Blog ist etwas, das muss man wirklich wollen. Und da habe ich mir gedacht, wenn schon die anderen Journalisten schreiben, dass ich als Geschäftsführer auch mein Blog mache, es gehört halt einfach dazu und macht auch Spaß.	Tätigkeit meldete. Ein anderer Befragter gab darüber Auskunft, dass er sich, nachdem die Idee im Medium aufkam Weblogs zu machen, dafür meldete. Einer der Befragten erläuterte, dass er selbst seinen Kollegen nahe legte, sich an den Weblogs zu beteiligen. Da dieser Journalist in führender Position ist, ist er der Meinung, dass er diese Forderung auch sich selbst nahe legen musste und beteiligte sich somit selbst daran.
Analysedimension N9: Neues Kennen lernen		
A27-30	Ja, es war natürlich für mich jetzt auch eine Experimentiermöglichkeit. Journalismus geht immer mehr in den Online-Bereich und immer mehr Felder tun sich da auf. Also ist für mich natürlich interessant die Herangehensweise zu lernen, auch mir das Technische anzueignen.	Das Nutzungsmotiv geht mit dem Bestreben bzw. dem Wunsch einher, Neues kennen zu lernen, zu erlernen, zu erfahren, fremde Bereiche zu erschließen und umfasst zusätzlich die Motivationen der Experimentiermöglichkeit und der Kompetenzsteigerung durch und mit einem Weblog. Das Bestreben Neues Kennen zu lernen äußert sich insbesondere in der Möglichkeit sich technische Fertigkeiten im Online-und somit auch Weblogging-Bereich anzueignen, die Herangehensweise zu erlernen und das System zu verstehen. Ein Journalist erläutert, dass er gerne Gelegenheiten wahr nimmt, um einen Bereich ernster kennen zu lernen, der ihm fremd ist. Ein anderer Journalist erklärt, dass er sich zuerst mit der Testfunktion seines Weblogs auseinandersetzte und durch das Ausprobieren feststellte, dass er dafür großes Interesse hegt.
A69-70	Nein, die Mission ist reines Eigeninteresse. Also mir die Skills anzueignen, dieses ganze System verstehen zu lernen.	
C12-13	Ich nehme solche Gelegenheiten gerne wahr um einen Bereich ernster kennen zu lernen, der mit fremd ist.	
G3-5	Ich habe begonnen einen Blog zu erstellen, habe es in seiner Testfunktion ausprobiert, daran herum gespielt und irgendwann festgestellt, dass das gar nicht schlecht ist dieses Blog.	
G6-10	In den letzten Monaten, dem letzten Jahr habe ich parallel dazu im privaten Bereich damit beschäftigt, da ging es aber eher um ein Ausprobieren des Möglichen, was sind die Standards dir dafür notwendig sind, wie funktioniert WordPress…es gab einfach das Interesse damit herum zu spielen und ich nutze jetzt 2 Möglichkeiten für mich selbst.	
Analysedimension N10: Schilderung des Redaktionsalltags		
D2-3	In erster Linie wollen wir für unsere Leser Hintergrundinformationen liefern, was im Redaktionsalltag passiert und was man aber nicht in der Zeitung schreiben kann.	Das Nutzungsmotiv der Schilderung des Redaktionsalltags war nur für einen Journalisten von Bedeutung. Dieser spricht von Hintergrundinformationen, die er durch das Weblog liefern kann, die er in der Zeitung jedoch nicht veröffentlichen kann.
Analysedimension N11: Spaß/ Unterhaltung		
B2-3	Wir sind ein 98% nachrichtiges Medium, und das ist einfach intellektuelle Entspannung (…).	Das Nutzungsmotiv Spaß/ Unterhaltung wurde von einem Befragten mehrmals erwähnt. Dieser nutzt das Blog zur Unterhaltung, zum Spaß, zur intellektuellen Entspannung und aus Interesse an dem Thema.
B24-27	Das Thema ist ein Privat-Steckenpferd von mir. Ich mag Werbung. Und bis jetzt bin ich alleine damit… Und mit Werbepsychologie..und ich bin überzeugter Cineast, habe auch schon einige Filmkritiken geschrieben. Und da ja Werbespots kurze Filme sind, wenn sie gut sind. Es interessiert mich beides.	
B30*	Es macht Spaß (…).	
B58	Ja, Unterhaltung (Anm.: ist meine Mission).	

B106	Ich lese Blogs zur Unterhaltung und nicht um sie kritisch zu hinterfragen, (…).	
Analysedimension N12: Networking		
E11*	Ja sicher (Anm.: hat das Blog einen Networking-Faktor).	Das Nutzungsmotiv des Networkings ist für zwei der Befragten wesentlich. Einer der Befragten gibt an, dass er es sich wünschen würde, dass sich seine sozialen Kontakte damit erhöhen würden, er diese jedoch bisher noch nicht nennenswert ausbauen konnte.
H12-15	Ja, aber offen gestanden habe ich nicht, oder noch nicht, die Erfahrung gemacht, dass das auch sehr fruchtbringend ist. Es wäre schön, wenn dadurch die sozialen Kontakte sich gleich erhöhen würden. Nur ich, mit meinem bescheidenen Blog, habe jetzt meine sozialen Kontakte, leider Gottes, noch nicht nennenswert ausbauen können.	
Analysedimension N13: Alle Artikel an einem Ort aufbewahrt		
F2-5*	Mein Blog ist ja eigentlich kein klassischer Blog, er ist mein öffentliches Archiv. (…) Sondern ich stelle im Wesentlichen meine Texte dort hinein.	Ein Nutzungsmotiv ist die Sammlung aller Artikel bzw. Texte an einem Ort. Der Blog dient somit der Aufbewahrung und Veröffentlichung aller Artikel. Ein Befragter bezeichnet diesen auch als sein öffentliches Archiv. Demselben Befragten geht es hauptsächlich darum, dass Bekannte, Familienmitglieder und Menschen, die sich für die Artikel interessieren, nicht so viele Zeitungen abonnieren müssen, sondern die Möglichkeit haben alles auf einen Blick zu lesen.
F9-13	Und das zweite, das mir wichtig war ist, dass mein Zeug alles einmal bei einander ist und dass mein Vater nicht so viele Zeitungen abonnieren muss. Also im Grunde, dass die Leute die sich für meine Texte interessieren, aber nicht in der Lage sind soviel Zeug immer zu lesen, dass diese Leute dann einfach die Möglichkeit haben, da hinein zu schauen und zu sehen, was ich so mache.	
F282-283	Ich hab auf meinem Blog mein Zeug beieinander, es ist immer einsehbar	
Analysedimension N14: Ideen für Artikel		
A64-67	Ja, E-Mails gibt es auch, vor allem wenn es darum geht, dass uns Leser weitere Tipps zukommen lassen, weil sie uns sagen, dass irgendetwas total nett ist, dass wir uns das anschauen sollten, dann passiert das meistens über E-Mail. Und das kommt dann auch in den Blog.	Ein Nutzungsmotiv ist, dass die Befragten Ideen für Artikel bekommen oder durch andere Inhalte inspiriert werden. Ein Befragter erläutert, dass die Leser mit ihnen in Kontakt treten, wenn sie ihm Tipps zukommen lassen wollen. Ein anderer Befragter erklärt, dass die Leser ihm Geschichten erzählen, die er verwenden kann. Diese Inspiration wird als großer Vorteil angesehen.
F78-82	Ja, absolut. Das ist natürlich perfekt an diesem Austausch, dass die mir Geschichten erzählen, die ich verwenden kann. Davon profitiere ich unendlich. Es sind ja auch nicht nur Mails, die jetzt eine Kritik oder ein Kommentar zu meinen Kolumnen sind, sondern da kommen auch Geschichten, die wahnsinnig interessant sind und das ist super daran, das ist wirklich ein großer Vorteil.	

Beobachtungsebene 2: Qualität /Qualitätskriterien		
Analysedimension QK1: In Blogs gelten die gleichen Qualitätskriterien wie in der Zeitung		
C108-112	Ich kann nur versuchen, dass zu beschreiben, was meine eigenen Grundsätze sind. Die differieren in Wahrheit nicht sehr stark von dem was sich sonst beim Schreiben tut. Ich bin kein großer Freund vom schnellen „Hinrotzen“ von irgendwelchen Dingen. Das heißt es müssen die Dinge eingehalten werden, die auch in der journalistischen Arbeit eingehalten werden.	Drei der Journalisten sind der Meinung, dass in Weblogs die gleichen Qualitätskriterien bzw. Grundsätze wie in der Zeitung gelten bzw. nicht stark von jenen in der Zeitung differieren. Sie sind der Meinung, dass auch in Blogs die Grundsätze der journalistischen Arbeit eingehalten werden müssen.Einer der Befragten musste sich selbst einmal aufgrund eines Blog-Eintrags vor einem Gericht verantworten. Diese Tatsache machte dem Befragten erst klar, dass man sich in Blogs, genau wie in einem Medium – an journalistische Qualitätskriterien zu halten hat.
C115-116*	Unbedingt (Anm.: haben journalistische Handlungsweisen auch am Weblog Priorität)!	
F92-101	Eine große, weil Journalisten sich natürlich auch in Ihren Blogs sehr an journalistische Grundsätze halten müssen. Man kann nicht sagen, dass ist jetzt mein privater Blog und jetzt lass’ ich alle Vorsicht fahren oder alle Rechtsgrundlagen außer Acht, da mache jetzt da was ganz anderes. Wobei es sehr verführerisch ist und ich selbst mal in so was ein bisschen reingefallen bin, zwar niemals wegen einem journalistischen Text aber einmal wegen einem Blog-Text vor den Richter gekommen bin und da ist mir auch wirklich selbst erst klar geworden, dass das natürlich die kleine Kategorie ist, dass man das überhaupt nicht trennen kann und dass man nicht lockerer jemanden beleidigen kann als in der Zeitung, sondern dass die gleichen Grundsätze ein zu halten sind.	
H65-69	Na ja, die die ich kenne, sind gut. Allerdings muss ich sagen, ich suche nicht willkürlich so viel wie möglich Weblogs zusammen um dann zu sehen, welche gut und welche schlecht sind, sondern ich suche gezielt nach Namen oder nach dem Medium. Und die die ich dann finde, die sind gut. Also die Qualitätskriterien sind wie im normalen Medium schon vorhanden.	
Analysedimension QK2: In Blogs gelten andere Grundsätze als in der Zeitung		
D26-28**	Nicht alle substanziellen Sachen werden wie in der Tageszeitung dort eingehalten. Es sind also andere Qualitätskriterien, die im Blog von Bedeutung sind.	Die Qualitätskriterien in einem Weblog differieren von jenen des Mediums. Dieser Meinung ist einer der Befragten.
Analysedimension QK3: sprachliche Qualität		
C116-117	Das beginnt natürlich mit dem Thema sprachliche Qualität der Verarbeitung.	Eines der Qualitätskriterien ist sprachliche Qualität. Diese zeichnet sich insbesondere durch den Schreibstil, die Rechtschreibung und Pointen aus. Es kann ein anderer Schreibstil als in der Zeitung verwendet werden. Der Schreibstil kann durchaus subjektiver, lustiger, lockerer, ansprechender gewählt werden. Jedenfalls soll die Intention verfolgt werden, dass sich
E81-82*	(…) es ist keine Plattform wo ich in demselben Stil schreibe wie in der Zeitung.	
E90-92*	Also vom Stil her schreibe ich in der Zeitung ganz anders als am Blog. Das heißt nicht, dass es schlechter ist, nur das viel mehr Meinungsfärbung drinnen ist am Blog.	

G155-157	(…) und ich bemühe mich dass ich sozusagen in dem Fall eine Pointe finde, die auf der einen Seite die Hoffnung hat - das ist ja ein bestimmtes Ziel – in das praktische Gefüge passt.	der Nutzer beim Lesen des Weblogs nicht langweilt.
H113-115	Und dann kommt natürlich noch dazu, dass es halbwegs locker und halbwegs ansprechend, jedenfalls nicht langweilig geschrieben ist. Also der Schreibstil muss dann auch dazukommen. Damit der Konsument nicht vorm PC einschläft.	
Analysedimension QK4: Knappheit der Informationen		
C117-119	"(…) dass die Form meinem Gefühl nach noch kürzer (…) sein soll, als es bei gedruckten Versionen möglich und der Fall ist. "	Ein weiteres Qualitätskriterium ist die Kurzheit und Knappheit von Informationen. Es sollen wenige Details und nichts Tiefgründiges präsentiert werden. Die Informationen sollen demnach kürzer sein, als es bei gedruckten Versionen der Fall ist.
D25-26*	Ich finde ein Weblog muss kurzweilig sein.	
D28***	Kurzheit, Knappheit (…) ist hier wichtig.	
D28-29*	Tiefgründiges kann man hier weniger verarbeiten, dafür ist die Zeitung besser geeignet.	
Analysedimension QK5: Aktualität; Schnelligkeit		
C117-119	"(…) dass die Form meinem Gefühl nach noch (…) schneller sein soll, als es bei gedruckten Versionen möglich und der Fall ist. "	Qualität zeichnet sich durch möglichst aktuelle, schnelle Information aus. Einer der Befragten gibt an, dass er auch sehr viele Blogs aufgrund der Schnelligkeit liest.
D28****	(…) Schnelligkeit ist hier wichtig.	
E133	Also ich lese sehr viele Blogs, weil die meisten schneller sind.	
Analysedimension QK6: Sicherheit		
A174-175**	Sicherheit vor Schnelligkeit: Ja, wir müssen ja nicht täglich am Blog was schreiben oder auch nicht wöchentlich.	Ein Qualitätskriterium ist die Sicherheit der Information. Diese ist 4 von 8 Befragten wichtig, da es beim Schreiben des Blogs vordergründig nicht um Schnelligkeit geht.
C144	Ja, auch (Anm.: Sicherheit vor Schnelligkeit).	
D73-74	Sicherheit vor Schnelligkeit ja, es ist ja kein schneller Blog, den wir machen.	
H188	Also ich setzte auf Sicherheit, (…).	
Analysedimension QK7: Sorgfalt, Wahrheit, Wahrhaftigkeit		
A117*	Man geht vielleicht etwas sorgfältiger mit Inhalten um	Sechs der Befragten sehen Sorgfalt, Wahrheit und Wahrhaftigkeit als Qualitätskriterien. Hierbei handelt es sich um sorgfältige Berichterstattung, wahre Informationen, den Anspruch der Wahrhaftigkeit bei dem Verfassen eines Eintrags. Einer der Befragten erklärt, dass am Blog in Hinblick auf die erwähnten Kriterien dasselbe gilt wie in der Zeitung. Hinsichtlich der Einhaltung des Anspruchs auf Wahrheit wird durch einen Befragten auf den Anspruch einer subjektiven Wahrheit Bezug genommen.
A163-164*	Sorgfalt auch. Wahrhaftigkeit ja, aber eine subjektive Wahrheit.	
C140	Unbedingt (Anm.: Sorgfalt und Wahrhaftigkeit sind Themen).	
D69-71**	(…) Sorgfalt und Wahrhaftigkeit (…) : Hier gilt für mich am Blog das gleiche wie in der Zeitung.	
E171-172*	Aber die Wahrheit, Sorgfalt und Wahrhaftigkeit wirst du trotzdem nicht verdrehen (…).	
F197-199*	Aus den Journalistenblogs, die ich kenne geht hervor, dass das alle sorgfältig arbeitende Menschen sind und da sehe ich schon, dass die sich sehr stark an diese Sachen halten*.	
G172-174	Das heißt (…) Sorgfalt und Wahrhaftigkeit wird in Blogs sicher in dem Ausmaß stattfinden wie es auch im betreffenden Medium stattfindet.	

Analysedimension QK8: Wahrung der Interessen Dritter		
A164-166**	Menschenwürde absolut, ich meine es liegt auch in der Natur der Ausrichtung des Blogs. Und wir würden auch nie jemanden mit Namen nennen, mit dem wir das nicht abgesprochen haben.	Ein weiteres Qualitätskriterium ist die Wahrung der Interessen Dritter. Damit sind die Wahrung von Menschenwürde, Persönlichkeitsrechten und Informantenschutz gemeint. Ein Befragter spricht davon, dass es nicht in der Ausrichtung seines Blogs liegt, jemanden zu verletzen. Ein Journalist meint, hier gelten die gleichen Kriterien wie in der Zeitung, wobei ein anderer Journalist angibt, noch nie einen Blog, der gegen die Menschenwürde verstoßen hätte, gelesen zu haben.
A176***	Informantenschutz ist gegeben, weil wir ja niemandem weh tun.	
C142	Ebenfalls (Anm.: Menschenwürde und Persönlichkeitsrechte).	
D70-71***	(…) Menschenwürde, Persönlichkeitsrechte, Informantenschutz (…): Hier gilt für mich am Blog das gleiche wie in der Zeitung.	
E172-173	(…) und die Menschenwürde und Persönlichkeitsrechte wird man auch nicht unbedingt verdrehen.	
E176	Informantenschutz wird sicher nie ein Problem sein.	
G177-178	Menschen- und Persönlichkeitsrechte sind genauso wichtig.	
H175-176	Ja, Menschenwürde und Persönlichkeitsrechte, ja die sind in Journalistenblogs schon erfüllt, finde ich. Gegen die Menschenwürde, habe ich noch keinen gelesen.	
H190-191*	Informantenschutz würde ich schon sagen. Bei mir weiß ich es, bei anderen würde ich es annehmen.	
Analysedimension QK9: Struktur/ Aufbau des Textes		
D52-53	Qualität ist einfach wenn Form und Inhalt zusammenpassen bzw. einander gerecht werden.	Ein Qualitätskriterium ist, die Struktur und der Aufbau des Textes. Ein Journalist meint damit, dass dies gegeben erscheint, wenn Form und Inhalt zusammenpassen, ein anderer Journalist spricht in Hinblick darauf von schön strukturiertem Text.
E127*	(…), schön strukturierter Text, (…).	
Analysedimension QK10: Verlässlichkeit		
C152-154	" (…) für mich hat die Information, die da irgendwo im Netz verbreitet wird, grundsätzlich nur dann einen Sinn wenn sie halbwegs verlässlich ist."	Für einen Befragten ist das Kriterium der Verlässlichkeit in Weblogs grundlegend.
Analysedimension QK11: Subjektivität (Meinungen vor Fakten)		
A103-108	Ich denke ein Blog ist ja sehr viel mehr an eine Person gebunden, als irgendein herkömmliches Medium, also als Zeitungen, Magazine oder Radiosender usw. Also das Blog ist sehr viel personenbezogener und auch sehr viel gefärbter und auch sehr viel aus dieser Gedankenwelt und der Welt in der diese Person lebt heraus geschrieben. Insofern ist es einfach etwas dass dieser Person in gewisser Weise auch entspricht. Also ich denke man kann aus einem Blog sehr viele Persönlichkeitsmerkmale herauslesen.	Ein Qualitätskriterium in Weblogs ist die subjektive Berichterstattung. Demnach gehen in Blogs Informationen aus Meinungen, nicht aus bloßen Fakten hervor. Fakten und Meinungen werden meist nicht getrennt, es besteht der Anspruch auf Subjektivität, woraus wiederum Informationsvielfalt resultiert. Damit ist jedoch auch gemeint, dass die Fakten nicht verdreht werden. Ein Befragter spricht von einer Personengebundenheit und Meinungsbeladenheit eines Weblogs im Vergleich zu traditionellen Medien. Außerdem sind aus einem Blogs dadurch sehr viele Persönlichkeitsmerkmale herauszulesen. Gerade die Möglichkeit der subjektiven Berichterstattung macht einem
C148	Nein (Anm.: Fakten und Meinungen werden nicht getrennt).	
E92-93	Es ist durch aus subjektiver, aber ohne dass man die Fakten verdreht, aber einfach mehr meinungsbeladen.	

E95-96	Aber weil Blogs viel mehr gefärbt sind mit Meinungen hast, hast du ein unendliches Spektrum an Meinungen und das macht es auch spannend.	Blog – laut einem der Befragten – zu einem Medium der Meinungsäußerung sofern gewisse Grenzen nicht übertreten werden. Ein anderer Befragter spricht davon, dass man sich im Rahmen der Rechtslage selbst mit seiner Meinung verwirklichen kann und keine Blattlinie berücksichtigen muss. Ein Journalist weist auch darauf hin, dass das Meinungselement des Weblogs wichtig ist, dass der Nutzer erfahren soll was der Autor von diesem oder jenem Thema hält. Außerdem ist ein Journalist über die dem Format zugrunde liegende Freiheit froh, da er ohnehin nur durch dieses Medium meinungsbezogen berichten kann. Sechs von acht Befragten sehen dies als Qualitätskriterium in Weblogs.
E113-116	Ein Blog ist eine Website auf der jeder schrieben kann, seine Meinung sagen kann. Wieso soll die Meinung dann keine Berechtigung haben? Jeder kann da schreiben was er will, solange gewisse Grenzen eingehalten werden, solange es keine Beleidigung ist, keine Neonazipropaganda, soll er schreiben was er will.	
F103-109	Die Meinung am ehesten, aber mein journalistisches Arbeiten besteht auch vorwiegend aus Meinung mittlerweile. Aber bei den anderen Journalistenblogs besteht natürlich die Möglichkeit, dass man natürlich mehr Meinung vertreten kann und zwar von Zeitungen unzensurierte Meinungen. Da ist natürlich der Unterschied, dass da kein Chefredakteur dahinter steht, außer das jeder so sein eigener Chefredakteur ist und sich im Rahmen der Rechtslage selbst mit seiner Meinung verwirklichen kann und keine Blattlinie zu berücksichtigen ist.	
F199-202	Aber im Punkt der „Trennung von Fakten und Meinungen“ da finde ich auch, dass der Blog das nicht unbedingt erfüllen muss und dass es in einem Blog, oder in den Blogs die ich kenne, eher untypisch wäre.	
G180-183	Ich glaube bei Blogs spielt die Recherche eine geringere Rolle, dadurch weil die Journalistenblogs ja stark Meinungselemente sind, wo Recherche eine geringere Rolle spielt was aber nicht heißt, dass das Kriterium absichtlich verletzt werden würde.	
G221-222	Und genauso Trennung von Fakten und Meinungen findet eigentlich nicht statt, weil natürlich Blogs von Journalisten sehr oft als Meinungselemente verstanden werden.	
G231-232	Aber Trennung von Fakten und Meinungen die findet weniger statt, aber das ist blogimmanent.	
G278	Und daher bleibt bei den Journalistenblogs dann dieser persönliche Zugang übrig.	
G311-313	Die Informationsvielfalt finde ich - egal wie gut oder schlecht, schräg oder skurril oder auch hochwertig, die Information ist oder auch nur Information im weitesten Sinne ist - gut.	
H103-104	Subjektive Darstellungen? Ja, natürlich! Es kann parteiisch, subjektiv, falsch, gemein, unverschämt usw. sein. Also hohe Berechtigung.	
H111-112	(…) aber ich finde der Konsument sollte schon erfahren, was ich davon halte.	

H195-198*	Trennung von Fakten und Meinungen ist überhaupt nicht gegeben, das interessiert mich auch überhaupt nicht, dass ich politisch korrekt bin. Ich will auch die Freiheit haben, das durcheinander zu werfen. Diese Freiheit nehme ich mir, das kann ich eh nirgends anders	
Analysedimension QK12: Unabhängigkeit		
A162-163*	Unabhängigkeit ist gegeben, weil wir keine Werbeeinschaltungen haben oder so etwas in der Art.	Das Qualitätskriterium der Unabhängigkeit meint, dass der Journalist unabhängig ist und in eigenem Interesse bloggt. Die Hälfte der Befragten ist sich darüber einig, dass Unabhängigkeit in Weblogs gegeben ist, wobei hier das gleiche wie im betreffenden Medium gilt.
D69-71*	Unabhängigkeit (…): Hier gilt für mich am Blog das gleiche wie in der Zeitung.	
G172*-174	Das heißt Unabhängigkeit, (…) wird in Blogs sicher in dem Ausmaß stattfinden wie es auch im betreffenden Medium stattfindet.	
H171	Unabhängigkeit schon (Anm.: wird in Blogs angewendet).	
Analysedimension QK13: Transparenz		
A130-131	Ja, bei Onlinequellen setze ich einen Link. Wenn ich direkt aus Offlinequellen zitiere dann nenne ich schon die Quelle.	Das Kriterium der Transparenz ist in Weblogs laut sechs der Befragten gegeben. Damit ist die Linksetzung bzw. Nennung der Quelle bei Online- und Offline-Quellen gemeint. In der Regel wird von den Befragten bei Online- und Offline-Quellen die Qualle genannt oder auf den jeweiligen Text verlinkt. Auch bei Videos wird ein Link gesetzt. Ein Journalist verwendet Links und Quellenangaben nicht immer, meistens aber doch. Einer der Befragten setzt zwar Links, jedoch nur auf die eigenen Artikel.
B101	Wenn ich beispielsweise Videos hineinstelle, nenne ich den Link.	
D61-62	Ich verwende sie zwar nicht immer, aber wenn ich Online-Quellen verwende setze ich schon Links darauf. Auch bei Offline-Quellen hab ich das schon gemacht.	
E82**-83	Ein Blog lebt von Links, (…) und das müssen viele erst lernen bei uns.	
E119-120	(…)sprich es soll viele Links geben, viele Verweise und so.	
E144-145	Nicht bei allen, also ich setze nicht auf jedes Wort einen Link. Aber auf gewisse Sachen schon ja, Ich versuche es halt, sagen wir so.	
F175-176	Wenn ich eine Geschichte aber aus einem Medium habe, dann gebe ich selbstverständlich die Quelle an.	
H122*	Nur auf meine eigenen (Anm.: Artikel verlinke ich).	
Analysedimension QK14: Kriterien der Themenauswahl		
A173-174*	Also die Kriterien der Themenauswahl sind, glaube ich, gegeben.	Ein Qualitätskriterium sind die Kriterien der Themenauswahl Demnach wird die Themenauswahl wird nach bestimmten Kriterien getroffen. Ein Befragter erläutert dazu, dass bei einem Themen-Blog – wie in seinem Fall – die Themen ohnehin schon limitiert sind und somit bestimmten Kriterien unterliegen. Für zwei Journalisten ist die Themenauswahl nach jenen Kriterien zu treffen, dass man überlegt, was den Leser am meisten interessiert. Ein anderer Befragter erklärt, dass in Hinblick darauf das gleiche gilt, wie in der Zeitung, da er das Medium auch durch den Blog
C123-125	Dadurch dass es von vornherein schon einmal ein Themen-Blog ist, sind die Themen limitiert und die Kriterien sind innerhalb dessen alles was mich interessiert und was mir auffällt.	
D58-59(1)	Mein Kriterium ist das was den Leser interessiert. Da gehe ich voll und ganz auf meine Leser ein.	
D70-72	(…) und Gewichtung der Themenauswahl: Hier gilt für mich am Blog das gleiche wie in der Zeitung. Ich repräsentiere ja auch das Medium durch den Blog.	

G162-164;	Natürlich überlege ich dann schon, wenn ich mehrere Themen zur Auswahl habe, dann versucht man halt schon das Thema zu nehmen wo man glaubt, dass man mehrere Leute damit abholt.	repräsentiert.
H177	(…) und Gewichtung der Themenauswahl ist auch gegeben.	
Analysedimension QK15: Befriedigung der Bedürfnisse der Leser		
D58-59(2)	Mein Kriterium ist das was den Leser interessiert. Da gehe ich voll und ganz auf meine Leser ein.	Ein Qualitätskriterium ist die Befriedigung der Bedürfnisse der Leser, demnach geht es um das Eingehen auf die Leser und um Überlegungen zu Themen die die Leser interessieren könnten. Themen für Blog-Einträge werden grundsätzlich so gewählt, dass sichergestellt werden kann, dass diese den Leser interessieren. Ein Journalist spricht in Hinblick auf die Bedürfnisse der Leser von Information, Unterhaltung und Services. Allerdings muss man als Journalist auch darauf achten, dass man zu dem jeweiligen Thema auch etwas sagen kann.
F169-170	(…) weil ich für meine Arbeit die Themen wähle, die ich jetzt gerade interessant finde und die eine breite Leserschaft interessant findet.	
G96-99	Für mich ist Qualität all jenes womit wir die Bedürfnisse unserer Leser und User befriedigen können. Mir ist es wichtig den Leser in all seinen Bedürfnissen zu Informationen, Unterhaltung und Services abzuholen.	
G135-136	Für mich muss grundsätzlich irgendeine Art von Bedürfnis von den Lesern abgedeckt werden, sonst geht die Qualität verloren.	
G142-143	Das ist für mich die Aufgabe eines Mediums eine bestimmte Zielgruppe bei ihren Bedürfnissen abzuholen.	
H127	Ich versuche herauszufinden, welche Themen die Leute einerseits reizen (…).	
H131-132	Einerseits nehme ich es als Reizthema wahr und glaube auch, dass ich mit meinen Kenntnissen etwas zu diesem Thema sagen kann.	
Analysedimension QK16: Unterhaltsamkeit		
B94	Das ist für mich ein Blog, der natürlich die Leute unterhält und gerade anspricht, (…).	Ein wesentliches Kriterium ist das der Unterhaltsamkeit. Demnach soll der Blog den Anspruch auf Unterhaltung erfüllen, wobei hier auch die Überraschung und das Interesse an Meinungsvielfalt hinzu gezählt werden. Die Themen können lustiger aufgearbeitet werden als im Ursprungsmedium, allerdings muss die Basis trotzdem stimmen. Außerdem ist es auch für die Journalisten selbst unterhaltsam, wenn sie mit Themen der Leser konfrontiert werden, die sie Neues kennen lernen lassen.
C119-121	Und dass man vielleicht auch einmal eine Sache etwas „flapsiger“ und lustiger anreißen kann, als ich das üblicherweise in einer gedruckten Version machen würde. Aber die Basis muss trotzdem stimmen.	
F144-147	Das ist für mich ein Blog, wo man immer wieder überrascht wird, wo man einfach nicht immer wieder das Gefühl hat man ist in einer Zeitung im Internet, sondern etwas wo ich mit ganz anderen Meinungen konfrontiert werde, als ich es in den Zeitungen werde.	
F148-151	Und da wird man einfach konfrontiert mit Beobachtungen von Leuten – die sie vielleicht auch aus dem Internet „abzapfen“ – aber wo man dann einfach neue Sachen kennen lernt und das gefällt mir gut und darin besteht für mich auch die Qualität.	
G139**	(…) das kann Unterhaltung sein, (…).	
Analysedimension QK17: Service		
G139-140*	(…) das kann Service sein.	Als Qualitätskriterium zählt auch das Service für die Leser.
Analysedimension QK18: Nähe zum Autor		

G140-141	Das kann auch die menschliche Nähe sein, wenn man sagt die oder den kenn' ich und da bin ich persönlich mit der Person verbunden.	Ein Kriterium ist die Nähe zum Autor, wenn man diesen persönlich kennt oder sich durch etwas anderes mit ihm persönlich verbunden fühlt.
Analysedimension QK19: Sachlichkeit		
H110-111**	(…) , eine gewisse Sachlichkeit sollte nicht verloren gehen, (…).	Ein Kriterium ist jenes der Sachlicheit, die auch in Weblogs nicht verloren gehen sollte.
Analysedimension QK20: Information		
B65-67	Journalistische Qualität ist für mich die oberste Mission: „Nachricht rüberbringen". Die zweite Ebene ist den Leuten zu erklären ‚was ist', und ‚warum ist das so' und ‚was steht dahinter' – das ist Qualität.	Ein weiteres Qualitätskriterium ist der Anspruch auf Information sowie auf Inhalt (Content). Hier spielt auch der Zugang zu Wissen – aufgrund einer demokratischen Gesellschaft – eine Rolle. Einer der Befragten sieht es als oberste Priorität die Leute zu informieren. Ein anderer ist der Meinung, dass die Dichte der Information gewährleistet sein muss. Außerdem kann der Anspruch auf Information auch durch solche Information, man sonst nirgends findet, gegeben sein.
E119*	Die Dichte der Information muss passen, (…).	
G138-139*	Das kann Information sein, die ich sonst nirgends finde oder in dieser Zusammenstellung nirgends finde, (…).	
G316-317	Und was sich noch demokratisiert hat, ist der Zugang zu Wissen allgemein.	
H110*	Es muss natürlich eine gewisse Information bieten, (…).	
Analysedimension QK21: Interaktivität		
E82-83	Blog lebt (…) vom Eingehen auf Kommentare und das müssen viele erst lernen bei uns.	Ein Qualitätskriterium ist die Interaktivität. Dazu zählen das Eingehen auf Kommentare, der Kontakt und Austausch mit den Lesern und die Vernetzung mit anderen Blogs.Ein Befragter ist der Meinung, dass Blogs vom Eingehen auf Kommentare leben und erläutert, dass das viele Kollegen noch lernen müssen. Er ist auch der Meinung, dass man dem Leser auch etwas zurück geben muss und auf das Feedback der Leser antworten muss.
E123-126*	Der Blogger selbst muss auch auf die Kommentare eingehen, er darf nicht denken dass die Leute einfach ihren Müll abladen, sondern muss auch zurückgeben. Sprich wenn jetzt jemand meint, ich habe einen „Scheiß" geschrieben, dann musst du auf das Feedback eingehen*.	
F190-191	Und da ist das einfach ein angenehmes Medium um Kommunikation mit Leuten herzustellen.	
Analysedimension QK22: Technische Komponenten		
E118	Ein Fulltext-Feed, also eher technische Sachen.	Ein Qualitätskriterium in Blogs sind technische Komponenten. Der Befragte bezieht sich im Speziellen auf technische Aspekte wie ein Fulltext-Feed, Fotos und Videos.
E127**	(…) vielleicht ein paar Bilder, mit Videos aufgepeppt.	
Analysedimension QK23: Wissen über die eigenen Fähigkeiten und Grenzen		
F156-159	Also ich hab für mich selbst – das gilt für mein Leben und auch für meine Arbeit – einen gewissen Selbstbeschränkungsgrundsatz. Ich weiß was ich kann und das mach' ich. Deshalb schreibe ich auch und geh' nicht ins Fernsehen. Ich tu' in meinen Blog das rein, wo ich das Gefühl habe, das ist gut, das kann ich.	Ein Qualitätskriterium ist das Wissen über die eigenen Fähigkeiten und Grenzen. Das bedeutet, man soll als Blogger nur jene Inhalte/Texte im Blog anbieten, von welchen man weiß, dass man diese gut macht/kann und mit den notwendigen Fertigkeiten ausgestattet ist. Die Befragte bezieht sich auf einen gewissen Selbstbeschränkungsgrundsatz, dem zugrunde liegt, dass sie sich darüber bewusst ist, was sie kann.
F161-162	Ich kann besser Texte schreiben und hin und wieder ein lustiges Foto dazustellen und das mach ich.	
Analysedimension QK24: Richtigkeit		

A123-128;	Wenn wir vor Ort sind, dann nehmen wir immer Unterlagen mit, es liegen ja oft Flyer oder Broschüren auf, dann natürlich eine Internetrecherche. In vielen Fällen ein persönliches Gespräch mit den Personen, z.B. Shopbesitzern oder Wirten. Wir arbeiten ja auch mit Google Maps, insofern was die Geo-Daten anbelangt. In Ausnahmefällen wenn es sich einmal ergibt, hier einmal ein Blick in den Relax-Guide, also auch in entsprechende Literatur.	Ein Kriterium der Qualität ist die Richtigkeit. Diese meint die Recherche, die Kontrolle und Korrektur der Einträge, das Einholen von Zusatzinformationen und Zusatzmaterialien. Auch auf die Recherche wird besonderer Wert gelegt. Die Befragten recherchieren sehr viel nach um bei bestimmten Themen sicher gehen zu können und auch Richtigkeit gewährleisten zu können. Ein Befragter gibt an, dass das Einholen von Zusatzmaterial durch das Mitnehmen von Flyern oder Broschüren, das Lesen entsprechender Literatur sowie Internetrecherchen erfolgt. Das Einholen von Zusatzinformationen erfolgt in vielen Fällen durch ein persönliches Gespräch mit den Personen, z.B. Shopbesitzern oder Wirten. In Hinblick auf die Kontrolle und Korrektur der Einträge gibt ein Befragter an, dass sie bereits einmal durch eine Kommentatorin auf einen Fehler aufmerksam gemacht wurde, welchen sie dann behoben hat. Auch von anderen Befragten werden Fehler am Blog behoben. Ein Journalist gibt an, dass er Fehler in einem Print-Artikel, den er dann zusätzlich am Blog veröffentlicht oftmals im Anschluss noch behebt. En Befragter gibt zwar an, dass er Rechtschreibfehler korrigiert, aber dass er bei Sinn-störenden Fehlern die Leser darauf aufmerksam macht. Oftmals ist er aber auch dazu gezwungen, da ihn Leser selbst darauf hinweisen und dann muss er dies auch offen zugeben. Für einen der Befragten gibt es gewisse Blogs, denen er eine genauso hohe Glaubwürdigkeit zuschreibt wie traditionellen Medien.
A145-147	Insofern würde ich schon sagen, wenn ich mir irgendwie unsicher bin, dass ich irgendwoher zusätzliche Informationen herbekomme, (…).	
A152-157	Ja das ist uns schon einmal passiert. Da hat uns dann aber eine Kommentatorin darauf aufmerksam gemacht. Wir haben nämlich eine Geschichte zum Thema „Gmünd“ gemacht und haben dann einen falschen Link gesetzt, denn wir haben gmünd.at eingegeben und das ist eigentlich das Gmünd im Waldviertel. Und es hat uns dann jemand geantwortet, dass die Verlinkung falsch ist und wir haben geantwortet: „Danke für den Hinweis, wir bessern es aus!“	
A167-168	Recherche, ja wie gesagt wir legen Wert darauf, dass wir das selbst machen und recherchieren.	
A177-178****	Handwerklich saubere Recherche ist glaube ich eh schon besprochen, ist in diesem Fall gegeben.	
C116**	Das beginnt mit dem Thema Recherche.	
C130-131	Das würde ich unter allen Umständen natürlich tun (Anm.: einen Fehler am Blog beheben und offen legen, dass dieser korrigiert wurde).	
C134-136	Nur etwas gerüchteweise gehört zu haben, wäre mir ganz bestimmt zu wenig. Dann muss man eben querschauen, dass man eine gewisse Sicherheit bekommen kann, dass man Informationen noch von anderen Personen dazu bekommt.	
C146	Auch (Anm.: Recherche)	
E126**	Es sollten keine Fehler drinnen sein, (…)	
E136-139	Zum Beispiel der TechCrunch (Anm: ein Technik-Blog) da habe ich noch keinen Fehler gefunden, also werde ich dem das nächste Mal auch glauben. Die haben für mich die gleiche Glaubwürdigkeit wie die „New York Times“.	

F179-183	Ja, ich bin jemand der lange über den Texten „hirnt“ und irgendwann müssen sie fertig werden und wenn sie dann im Medium veröffentlicht werden fällt mir auf, dies und jenes hätte ich besser machen können. Und das mache ich dann auch in meinem Blog-Artikel. Ich finde es hier eben auch gut, dass wenn er fix und fertig ist, dass er noch verändert werden kann.	
G154-155*	Naja, ich bemühe mich richtig zu schreiben (…).	
G207-209	Ja schon (Anm.: recherchiere ich wichtige Information nach), aber das sind ja eher die Blogs als mögliche Quelle für Geschichten, die dann Online oder in der Zeitung publiziert werden.	
G236-238	Und der Journalist, der es gewohnt ist aus seinem konventionellen Arbeiten heraus, der sieht einen Fehler und bessert ihn einfach aus.	
H120	Die Quellen sind das Pressearchiv und mein Gedächtnis.	
H136-140	Wenn das ein Schreibfehler ist, dann behebe ich das ganz dezent. Wenn es ein Sinn-störender Fehler ist, auf den eventuell schon ein Leser aufmerksam macht, muss ich mich dem stellen, dann muss ich das korrigieren. Dann muss ich sagen, das war ein Fehler. Ich kann das dann nicht einfach stillschweigend umändern.	
H177*	Recherche (…) ist auch gegeben.	
H198-199	Kontrolle und Korrektur der Einträge, wird es geben. Also wie gesagt; wenn ein einfacher Fehler passiert ist, dann korrigiere ich den jedenfalls.	
Analysedimension QK25: Tiefe der Themen		
A115-117**	Eine gewisse Tiefe mit der man in das Thema eindringt. Egal ob das jetzt irgendwelche Rezeptseiten sind, oder Gastrogeschichten oder Techniksachen oder z.B. auch der Bild-Blog**.	Ein Qualitätskriterium ist die Tiefe der Themen, das heißt im Blog soll auf Themen tiefgründig eingegangen werden. Eine der Befragten ist der Meinung, dass eine gewisse Tiefe, mit der man in das Thema eindringt gegeben sein muss um Qualität zu gewährleisten.
A117-119	(…) geht tiefer auf das Thema ein. Schwer zu sagen. Jedenfalls bleibt es sehr viel weniger an der Oberfläche, als Blogs, die ich nicht als qualitativ hochwertig bezeichnen würde.	
Analysedimension QK26: Eigene Erlebnisse		
A123*	Eigenes Erlebnis (Anm.: die wichtigsten Quellen meiner Einträge).	Als ein Qualitätskriterium werden eigene Erlebnisse verstanden. Dies ist für einen Befragten im Blogs von Bedeutung.

Beobachtungsebene 2: Ethik/ Ethik-Kodex		
Analysedimension QE1: Einhaltung ethischer Grundprinzipien		
A188	Sie spielen durchaus eine Rolle (Anm.: ethische Prinzipien).	Ethische Grundprinzipien spielen in Weblogs durchaus eine Rolle bzw. dieselbe Rolle wie im Medium. Ein Befragter ist des Weiteren der Meinung, dass speziell Journalisten durch ihr Selbstverständnis auf ethische Prinzipen besonderen Wert legen und diese einhalten.
D76	Dieselbe Rolle wie auch im Ursprungsmedium (Anm.: spielen ethische Prinzipien).	
E181-184	Es (Anm.: ethische Prinzipien in Blogs) spielt schon eine Rolle. Man kann jetzt nicht hergehen und sagen jetzt schreibe ich für die Zeitung und bin dann ein ganz anderer Mensch indem ich im Internet publiziere. Ich glaube es spielt die gleiche Rolle, oder zumindest eine ähnliche.	
G170-172*	Da glaube ich, Journalisten achten besonders auf Qualität, das kann man schon sagen, weil natürlich Journalisten halt mit allen Vor-und Nachteilen wenn sie bloggen ihr berufliches Verständnis dorthin mitnehmen.	
G240-241	Genau dieselbe Rolle (Anm.: spielen ethische Prinzipien in Journalisten-Weblogs) wie über all anders auch.	
H201	Ja, ich würde doch sagen, ja (Anm.: ethische Prinzipien spielen eine Rolle).	
H203-204	Nein, ich glaube allgemein nicht, dass man im Blog plötzlich unethisch wird. Ich habe das noch nicht gesehen.	
Analysedimension QE2: freiwillige Selbstkontrolle durch Ethik-Kodex		
A202-205	Ich glaube das der „Blogger's Code of Ethics" umsetzbar ist, zwar nicht bis in den hintersten Winkel, aber so als Mainstream-Signal oder als Mainstream-Erscheinung ja. Es gibt das jetzt und ich glaube, dass die meisten dazu bereit sind sich daran zu halten.	Die freiwillige Selbstkontrolle durch den im Internet kursierenden Ethik-Kodex ist durchführbar und wird von den Befragten erwünscht. Fünf der acht Befragten sind für eine freiwillige Selbstkontrolle durch den Ethik-Kodex. Einer der Befragten der Meinung, dass dieser als Mainstream-Erscheinung umsetzbar ist, jedoch nicht von allen Bloggern umgesetzt werden wird. Wichtig ist auch zu erwähnen, dass dieser auf einer freiwilligen Basis stattfindet, wenn es darum geht die Rechte anderer Menschen zu schützen und gewisse Standards einzuhalten. Ein Befragter klärt, dass er selbst nicht für alles Gesetze braucht, aber dass die Blogger diesen – wenn sie es wollen – einhalten sollen, wobei ein anderer Journalist erklärt, dass er diesen „bestehen" würde und nichts zu befürchten habe. Ein Befragter ist aus dem Grund für den Ethik-Kodex, da es im Gegensatz zu traditionellen Medien keine Eingangskriterien für Menschen gibt, die Blogger „werden wollen".
E188-189	Freiwillig schon, also ich bin jemand der sehr liberal denkt und nicht für alles Gesetze braucht.	
F207	Naja, ich finde es (Anm.: die Vorschläge für einen „Ethik-Kodex") schon gut.	
F209-211	Wenn es darauf hinausläuft, dass Rechte anderer Menschen geschützt werden sollen und bestimmte Standards eingehalten werden, dann bin ich dafür.	
G248-249	Also ich halte sie a) für durchführbar, weil es im Gegensatz zu traditionellen Medien keine Eingangskriterien gibt für Menschen, die Blogger „werden wollen".	
H212	Ja, soll mir recht sein, die würde ich bestehen. Da habe ich nichts zu befürchten.	
Analysedimension QE3: Ethik-Kodex ist nicht durchführbar		
B114*	Apriori bin ich jedoch gegen jedwede Einschränkung.	Diese Aussage bestätigen 5 von 8 Befragten, wobei angemerkt werden

C162-163	Weil ich meine die Menschen, die sich an so etwas halten wollten, die tun es ja sowieso und die anderen werden wir vermutlich nicht bekehren können.	muss, dass zwei der Befragten auch der Durchführung des Ethik-Kodex (siehe Kategorie QE2) zugestimmt haben. Ein Befragter bringt zur Geltung, dass er gegen jede Art von Einschränkung ist. Ein anderer Journalist bekräftigt diese Meinung, indem er – auf einer persönlichen Ebene - hinzufügt, dass er nicht für alles einen Kodex, eine Regelung oder ein Gütesiegel benötigt, da, wenn er gewisse Standards nicht einhält, die Menschen seinen Blog ohnehin nicht mehr lesen werden. Dem Ethik-Kodex wird auch seine Durchführbarkeit abgesprochen, da dieser, der Meinung eines Befragten, nicht kontrollierbar ist und die freiwillige Selbstkontrolle nur durch den einzelnen stattfinden kann. Ein anderer ist der Meinung, dass jene Menschen, die sich an den Kodex halten wollten, dies ohnehin tun, andere, die dagegen sind, eben nicht.
D79-81	Ich finde auch, dass man das nicht kontrollieren kann. Die freiwillige Selbstkontrolle kann nur durch den einzelnen stattfinden.	
E191-194	Wenn ich Blödsinn schreibe laufen mir die Leute eh davon und genau so ist es in der Zeitung. Ich brauche nicht für alles ein Gütesiegel, eine Regelung und einen Kodex. Wer es will soll es haben aber ich brauche es nicht.	
H218	Nein, finde ich nicht. Ich glaube, das ist auch gar nicht möglich.	
Analysedimension QE4: Blogosphäre ist selbstregulierend		
A195-199	Ich halte davon sehr viel und ich denke das lässt sich in der Blogosphäre – das ist so ein eigener Bereich der sich eigentlich selbst reguliert – auf lange Zeit durchsetzen, indem man jemanden aus der Blogroll kickt oder diesen Blog auch einfach nicht mehr liest. Also das ist eine sich selbst regulierende Geschichte und ich halte sehr viel davon.	Manche Journalisten sind der Meinung, dass sich die Blogosphäre selbst reguliert. Dass in der Blogosphäre eine automatische Selektion statt findet, meinen 3 von 8 Befragten, wobei der Schluss darauf, ob der Kodex aus diesem Grund benötigt oder nicht benötigt wird von den Befragten unterschiedlich angesehen wird. Einer der Befragten hält sehr viel vom Ethik-Kodex und macht daran fest, dass er glaubt, dass sich dieser in der Blogosphäre auf lange Zeit gesehen, durchsetzen lässt. Zwei andere Befragte meinen, dass jene Blogs, die dagegen verstoßen, durch die automatische Selektion, ohnehin nicht mehr gelesen werden.
B114-116	In Hinblick auf Onlinemedien glaube ich an eine automatische Selektion, man kann entscheiden was man liest und was nicht.	
B119-120	Ich denke die natürliche Sanktion wird sein, dass sollte dieser Blogger das öfter machen, wird er ohnehin nicht mehr gelesen werden.	
E196-197	Naja, sicher, wenn du einen Blödsinn schreibst, dann schreibt dir ohnehin jemand einen Kommentar, dass es ein Blödsinn ist. Das reguliert sich eh von selbst.	
Analysedimension QE5: Sanktionierungen bei Verstößen		
A213-215	Also ich bin auf alle Fälle nicht dafür, dass Blogger Narrenfreiheit haben. Ich denke es gibt da einfach gewisse Schranken, die man akzeptieren muss (…)	Bei Verstößen (durch wissentlich falsche Berichterstattung oder durch Verstöße gegen die Ethik) sollen Sanktionierungen geltend gemacht werden. Diese können die Meldung des Blogs bis hin zum Ausschluss aus der Blogosphäre eine Reihe von Sanktionen umfassen. Für das Geltendmachen von Sanktionierungen sprechen sich drei der Befragten aus. Einer davon ist nicht dafür, dass Blogger Narrenfreiheit haben. Es sind gewisse Schranken zu akzeptieren. Ein anderer ist der
D86-89	Ich denke, dass es jetzt eigentlich noch kein Problem ist. Sollte es aber eines werden würde ich diese Sanktionierungen schon begrüßen. Ich sehe das Problem – das gleiche eigentlich – bei der Zeitung, ich meine es gibt keinen Ethik-Rat mehr, der aber wichtig wäre.	

F214-218	Ich finde da müsste es Möglichkeiten zum Eingreifen geben. Ich meine, Freunde von mir haben ihre urheberrechtlich geschützten Werke, Zeichnungen und so auf fremden Blogs gefunden und konnten nichts dagegen tun und das geht für mich nicht. Da müsste es auch Handhabe geben, dass man das dann zumindest von dort entfernen kann.	Meinung, dass dies zwar bislang noch kein Problem darstellt, sollte es aber eines werden würde er diese Sanktionierungen begrüßen. An dieser Stelle zieht er einen Vergleich mit dem in der Zeitung nicht mehr existierenden Ethik-Rat, den er jedoch für notwendig halten würde. En Befragter, der ebenfalls für Sanktionierungen ist, zieht zur Veranschaulichung ein Beispiel aus dem eigenen Bekanntenkreis heran. Hier wurden auf fremden Weblogs, ihre geschützten Werke gefunden und hatten keine Möglichkeit zum Eingreifen.
Analysedimension QE6: Rechtliche Rahmenbedingungen fehlen		
A209-210	Das Problem ist dass alle bloggen und keiner weiß wie eigentlich die rechtlichen Rahmenbedingungen dahinter ausschauen.	Nach Meinung zweier Befragten fehlen in der Blogosphäre offen gelegte rechtliche Rahmenbedingungen. Auch die Fragen „Wer legt diese Rahmenbedingungen fest und in welcher Art und Weise werden Verstöße sanktioniert?“, bleiben in der Blogosphäre unklar. Einer der Befragten ist der Meinung, dass strafrechtlich relevante Dinge ohnehin in die Zuständigkeit der Gerichte fallen.
A216-217	(…) die Frage ist halt nur: „Wer legt das fest und wie wird das sanktioniert?“	
C166-170	Wenn in einem Blog strafrechtlich relevante Dinge stehen, dann ist das ohnehin eine Frage der Gerichte und dann meine ich wäre das ein Punkt dass man…aber ich weiß nicht ob ein Ausschluss aus der Blogosphäre der richtige Weg ist – dann ist es einfach eine Sache der Justiz, dann ist es einfach notwendig, Anzeige zu erstatten, das ist keine Frage.	
Beobachtungsebene 2: Qualität/ Journalisten und Nicht Journalisten		
Analysedimension QV1: Qualitative Berichterstattung obliegt Journalisten		
A95-97	Ich glaube, dass Journalisten meistens mehr Themen-fokussiert schreiben, dass Journalisten sich wirklich die Mühe machen die Auswahl am Blog zu bewegen oder so zu verlinken dass sich ein größeres Bild ergibt.	Vier der Befragten sind der Meinung, dass die qualitative Berichterstattung den Journalisten obliegt und dass die Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten somit nicht vergleichbar sind. Bei Journalisten und Nicht-Journalisten lassen sich in Hinblick auf die Berichterstattung Unterschiede in der Qualität erkennen. Ein Befragter ist der Meinung, dass Journalisten Themen-fokussierter schreiben und am Blog auf die herangezogenen Quellen verlinken. Die Journalisten sind generell der Meinung, dass das fakten- und themenbezogene sowie das Recherchierte etwas ist, das Journalisten auszeichnet. Manche Befragten meinen, dass Journalisten ihr Handwerkszeug auch im Online-Bereich anwenden und dass sie aufgrund ihres Berufs eine höhere sprachliche Kompetenz aufweisen. Ein Befragter ist der Meinung, dass es in Hinblick auf
A99-101	Aber ich denke dieses Faktenbezogene, themenbezogene, recherchierte, ist schon etwas was Journalisten in ihren Blogs auszeichnet.	
A225-230	Ich glaube, dass Journalisten ihr Handwerkszeug auch im Online-Bereich anwenden, sie erkennen einfach eine Geschichte und finden daran Aufhänger. Sie sind vielleicht sprachlich so aufgestellt, dass sie das einigermaßen verständlich rüberbringen können und sich kurz fassen können. Also ich denke das sind Dinge, die Journalisten aus ihrer täglichen Arbeit mitbringen. Das ist einfach ein Handwerkszeug, das man hat und das macht sich im Netz auch bemerkbar.	

B87-92	Du meinst also: Sind journalistische Blogs besser, weil Journalisten gut schreiben können? Der Schluss würde nahe liegen. Ich sehe, dass es in der Blogger-Szene hauptsächlich Nischen-Fachblogs gibt, bei welchen es einigermaßen egal ist wer diesen schreibt, weil es um Hochgeschwindigkeitsinformationen geht. So reine Kommentarblogs wie meiner, da glaube ich schon dass hier Journalisten tendenziell geübter sind, da sie auch jeden Tag schreiben, demnach auch besser.	Nischen-Fachblogs grundsätzlich egal ist, wer diese schreibt, aber dass man bei Blogs, in welchen viel diskutiert wird, Journalisten tendenziell geübter sind, da sie die Fertigkeiten durch ihren Beruf mitbringen. Die Kompetenzen, die Journalisten aus ihrer täglichen Arbeit mitbringen, machen sich demnach auch im Netz bemerkbar.
E99-108	Ich lese viele Nicht-Journalisten Blogs und ich muss sagen, dass du viele Fertigkeiten im Journalistenberuf lernst. Das eine ist dass du weißt wie du recherchieren musst, dass du einfach den Hörer nimmst und sagst: „Hallo Georg Holzer, Kleine Zeitung, was ist da los…?“ Du hast viel mehr Access, die Schreibe ist auch schöner und besser – das ist jetzt eine Verallgemeinerung – aber zum Beispiel Wortwiederholungen, bei Journalisten ist das viel flüssiger und leichter zu lesen. Das heißt aber nicht, dass inhaltlich andere Blogs nachhängen, du merkst einfach dass da jemand schreiben gelernt hat. Wenn du zum Beispiel den Blog von Florian Klenck ließt, oder den Blogger „XY“, der viel größer ist in der Blogosphäre, viel mehr verankert ist und im Fach viel besser drinnen ist, den Unterschied merkst du.	
H107-108	Ja, das glaube ich schon, weil etwas polemisch oder provokant oder überspritzt oder zynisch zu schreiben heißt ja nicht, etwas dumm zu schreiben.	
Analysedimension QV2: Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten sind vergleichbar/ähnlich		
D44-45	Ich glaube, dass jeder Wert auf Qualität legt, es fällt uns als Journalisten wahrscheinlich durch unsere Routine leichter zu schreiben.	Vier der Befragten sind der Meinung, dass sich die Handlungsweisen von Journalisten und Nicht-Journalisten vergleichen lassen. Zwei davon haben allerdings auch der Aussage, dass die qualitative Berichterstattung den Journalisten obliegt (siehe Kategorie QV1) zugestimmt. Einer der Befragten glaubt zwar, dass jeder, ob Journalist oder Nicht-Journalist, auf Qualität Wert legt. Allerdings schreibt er den Journalisten durch ihre Routine bessere Fertigkeiten beim Schreiben zu. Ein anderer Befragter ist sich sicher, dass Journalisten wie auch Nicht-Journalisten
D95-96	Deshalb finde ich schon, dass auch in solchen Weblogs (Anm.: von Nicht-Journalisten) auf Qualität Wert gelegt wird.	
E201-204	Ich glaube, dass der Blogger genauso wie Journalisten die mit dem Medium schon sehr vertraut sind, zum Beispiel der Robert Basic, der ist mit dem Medium schon viel mehr vertraut, als zum Beispiel der Adolf Winkler. Der hat einen Blog, verlinkt aber nie auf etwas.	

F130-132	Wenn jemand seinen Alltag gut abbilden kann, dann hat das für mich die gleiche Qualität, wie wenn jemand mit geschliffenen Worten ein Ereignis kommentiert - sogar manchmal auch mehr Qualität zum Teil.	mit dem Medium bereits sehr vertraut sind. Dieser zieht einen Vergleich zwischen Robert Basic (Nicht-Journalisten) und Adolf Winkler (Journalist) und erklärt, dass man anhand dieser beiden Weblogs feststellen kann, dass Basic mit dem Medium schon mehr vertraut ist. Ein anderer Befragter vergleicht die Abbildung des Alltags mit der Kommentierung von Ereignissen und schreibt beiden Publikationsarten die gleiche (oder auch mehr) Qualität zu. Ein Journalist weist auch darauf hin, dass auch Nicht-Journalisten in ihren Blogs zeigen wollen, was sie können und sich demnach bemühen anhand von journalistischen Kriterien zu arbeiten.
F229-232	Ja das sehe ich schon sehr stark. Weil die Leute wollen ja auch zeigen, dass sie etwas können. Zum Beispiel ich kenne einen Blogger, der ist sehr darauf bedacht, dass er gut schreiben kann und dass er sehr wohl in der Lage ist nach journalistischen Kriterien zu arbeiten.	
F234-236	Und daher glaube ich, dass sie sehr viel Wert darauf legen. Ich glaube schon, dass man in manchen Fällen die Handlungsweisen von Bloggern und Journalisten vergleichen könnte.	
H236	Schon, würde ich schon auch sagen, dass sie das machen, doch.	
Analysedimension QV3: Konsequenzen bei Verstößen müssen für beide gleich sein		
A221-222	Das dürfte es eigentlich nicht geben. Ob der Blogger der schreibt Journalist ist oder Automechaniker, das ist egal weil im Internet ist das gleich gewichtet.	Ob ein Journalist oder ein Nicht-Journalist einen Verstoß begeht ist irrelevant. Die Konsequenzen müssen gleich behandelt bzw. sanktioniert werden. Ein Befragter erklärt zusätzlich, dass Verstöße im Internet gleich gewichtet werden. Ein anderer Befragter ist ähnlicher Meinung, denn er sagt, dass das Strafrecht nicht zwischen Journalisten und Nicht-Journalisten unterscheidet. Außerdem würde es diesen mehr verwundern, wenn ein Journalist einen Verstoß begeht, da dieser von Berufswegen ein geschärfteres Bewusstsein haben sollte. Demnach müssen die Konsequenzen identisch sein.
C174-178	Ich glaube das Strafrecht unterscheidet nicht zwischen Journalisten und Nicht-Journalisten und das ist auch richtig so. Ich meine es würde mehr verwundern von einem Journalisten, da er eigentlich von Berufswegen ein geschärfteres Bewusstsein dafür haben sollte. Aber die Konsequenzen, die daraus zu ziehen sind, müssten identisch sein.	
Analysedimension QV4: Nicht-Journalisten machen bessere Blogs		
F119-122	Also ich finde zum Teil die nicht-journalistischen Blogs lustiger zu Lesen als die der Journalisten, weil die Leute mit weniger journalistischen Vorstellungen an die Sache rangehen und sich zum Teil dadurch auch mehr trauen und auch andere Medien einbeziehen.	Zwei der Befragten sind der Meinung, dass Blogs von Nicht-Journalisten spannender und lustiger zu lesen sind, als Blogs von Journalisten. Einer der Befragten meint, dass die Blogs von Nicht-Journalisten lustiger sind und macht dies an der Tatsache fest, dass sie mit weniger journalistischen Vorstellungen belastet sind und dadurch auch traditionelle Medien einbeziehen. Dieser ist auch der Meinung, dass Nicht-Journalisten viel freier mit dem Medium umgehen. Der zweite Befragte meint, dass er nur bei nicht journalistischen Blogs etwas abgewinnen kann, da sie spannender, lustiger, informativer, aufregender oder schrecklicher berichten.
F124-126	Nicht-journalistische Blogger gehen sehr viel freier mit dem Medium um und lassen sehr viel mehr Sachen einfließen. Achten wahrscheinlich weniger auf Copyrights oder so, aber es ist zum Teil einfach viel lustiger.	
G110-112	Deshalb kann es fast nur bei privaten oder anonymen Personen passieren, dass ich sage das ist so spannend oder aufregend oder so schrecklich, dass ich sagen kann, da kann ich dem wieder was abgewinnen.	

G267-268*	(…) spannender machen es auf jeden Fall die Nicht-Journalisten.	
G259-261	Ich habe nicht den Eindruck, dass es in Österreich besonders spannende Journalisten-Blogs gibt.	
G268-269	Das was ich bisher von Journalisten angeschaut und gesehen habe ist für mich zwischen Langeweile und Mittelmaß.	
G273-274	Das was spannend, witzig, interessant und informativ ist, das finde ich eher woanders.	

Beobachtungsebene 3: Weblogs als Werkzeug für Journalisten / allgemein		
Analysedimension WA1: Weblogs sind kein Werkzeug für Journalisten		
D104-106	Für mich kann ich das ausschließen (Anm.: dass Weblog zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit geworden sind). Vielleicht ist das bei anderen Journalisten anders.	Dass Weblogs nicht zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit geworden sind, meinen zwei von acht Befragten. Einer davon meint, dass er das zumindest für dich ausschließen kann, aber es bei anderen Journalisten nicht weiß. Der andere Befragte sieht dies in nationalem Kontext und schließt dies für Österreich klar aus, wobei er, international gesehen, wiederum schon glaubt, dass sich Weblogs zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit entwickelt haben.
G298*	In Österreich sowieso nicht und international sind sie das zum Teil schon.	
Analysedimension WA2: Weblogs sind ein Werkzeug für Journalisten		
F256-257	Ja leider, aber eben leider (Anm.: sind Weblogs zu einem Werkzeug journalistischer Berichterstattung geworden), weil sie unzuverlässig sind.	Zwei der Befragten sind der Meinung, dass sich Weblogs zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit entwickelt haben. Ein Befragter fügt jedoch hinzu, dass er das bedauert, da er Weblogs für unzuverlässig hält.
H260-261	Ja, das muss man wahrscheinlich bejahen. Ja, ist so (Anm.: dass Weblogs zu einem Werkzeug journalistischer Arbeit geworden sind).	
Analysedimension WA3: Weblogs sind eher ein Werkzeug für freie Journalisten		
A245-250	Ich bin freie Journalistin und muss schauen, dass ich mir die Themen selbst zusammensuche. Ich denke, das geht eher in diese Richtung: Wie weit verankert ist man in einer Redaktion, was hat man da für Aufgaben, wie viel Arbeit hat man fix jeden Tag oder ist es eher etwas wo man sagt, ich muss kreativ sein, ich muss mir die Themen organisieren. Ich denke das ist eine Angestellten-Freie Geschichte momentan.	Ein Journalist ist der Meinung, dass Weblogs eher zu einem Werkzeug für freie – als für angestellte - entwickelt. Dies basiert vorwiegend auf zeitlichen Kriterien, der Art der Verankerung in der Redaktion, der Arbeitsintensität und in Hinblick auf Themengenerierung.
Beobachtungsebene 3: Weblogs als Werkzeug für Journalisten/ Nutzungszwecke		
Analysedimension WN1: Veröffentlichung von Inhalten		
A234-235**	(…) und andererseits um Wissen zu generieren.	Ein Nutzungszweck der Journalisten ist die Veröffentlichung von Inhalten (Publikation) und die Verbreitung von Wissen. Das tun sie im eigenen Blog und zwei der Befragten durch das Hinterlassen von Kommentaren auf anderen Blogs. Ein Journalist erklärt zusätzlich, dass seine Hauptmotivation ist, Inhalte bzw. Themen herzustellen, die sonst untergehen würden. Ein Befragter sprich auch von der Generierung
B124-125	Zur Veröffentlichung von Inhalten nutze ich meinen eigenen Blog. In anderen Blogs wiederum kommentiere ich durchaus mit.	
B136-140	Selbst zu schreiben würde glaube ich vielen Journalisten auch helfen. Dann müssten viele Journalisten – speziell in Qualitätsmedien - ihren Frust auf alles nicht in die Leitartikel verpflanzen oder auch nicht in die Nachrichten streuen, sondern man hätte ein Medium um einmal die „journalistische Sau“ raus zu lassen.	

C191-192	Und das zweite ist eigentlich meine Hauptmotivation, dass man einen kritischen Blick für Themen schafft, die sonst eigentlich untergehen würden.	von Wissen. Ein Befragter ist der Meinung, dass viele Journalisten selbst bloggen sollten, da so diese ihren Frust nicht in den Leitartikel oder Nachrichten zum Ausdruck bringen müssten, sondern durch ein anderes Medium die so genannte „journalistische Sau“ rauslassen könnten.
E208-210*	Zur Veröffentlichung von Inhalten nutze ich meinen Eigenen. Ich poste Kommentare auf anderen Blogs nicht so oft, aber doch auch.	
E215;	(…) und zur Verbreitung von Wissen nutze ich meinen.	
Analysedimension WN2: Recherche		
A238-240	In Bezug auf Recherche: Wenn jemand ein Thema anspricht und da gibt es einen Link auf eine weiterführende Seite, dann kann das schon passieren, dass das ein Beginn einer längeren Recherche ist.	Ein Nutzungszweck von Weblogs ist, für vier der Befragten, die Recherche. Einer der Befragten recherchiert für die tägliche Arbeit in der Redaktion häufig in Fachblogs, während ein anderer Befragter Weblogs ebenfalls aus beruflichen Gründen zur themenspezifischen Recherche (Medien und Internet) nutzt. Dieser stellt auch fest, dass seine Recherche auch immer mit der Suche zu tun hat, was das Medium noch lernen kann, was verbesserungswürdig ist, um das Medium insgesamt besser zu machen.
B123	Andererseits nutze ich Fachblocks sehr wohl in der täglichen redaktionellen Arbeit zur Recherche.	
B135	Ja also zur Recherche finde ich diese wahnsinnig gut.	
E208*	Zur Recherche nutze ich sie auch.	
G285-289	(…) das andere sind Blogs die ich aus rein beruflichen Gründen besuche, recherchiere ich alles zum Thema Medien, Internet, usw. Ich bin eigentlich kein Journalist der nur schreibt, meine Recherche hat also immer damit zu tun, zu suchen, was können wir noch lernen von anderen um unser Medium besser zu machen.	
Analysedimension WN3: zur Ideen- und Themenfindung		
A235-237*	Und nachdem ich Journalistin bin, dass ich dann die eine oder andere Sache finde, die mich auf neue Ideen bringen, also zur Ideen- und Themenfindung nutze ich Blogs.	Ein Nutzungszweck ist die Ideen- und Themenfindung bzw. als Inspiration. Einer der Befragten gibt auch an, dass es für manche durchaus reizvoll ist hin und wieder die ein oder andere Idee zu klauen. Zwei Befragte sehen Weblogs als Themenlieferanten, die sie manchmal auf Themen bringen, welche sie dann selbst aufgreifen. Die Ideen- und Themenfindung findet jedoch nicht ausschließlich durch andere Weblog-Inhalte statt, sondern bei einem der Befragten auch durch die eigenen Inhalte, wobei er betont, manche Worteskapaden, die er im Blog von sich gibt für andere journalistische Berichte aufzuheben und diese einzubauen, wenn sie gerade gut reinpassen.
A282*	(…) Themen finden, (…).	
B125-126	Es ist auch schon vorgekommen, dass ich Ideen- und Themen online gefunden habe bzw. inspiriert wurde.	
B136*	Für manche auch um die ein oder andere Idee zu klauen natürlich auch genial.	
B149-151	Manche Worteskapaden, die ich im Blog von mir gebe, hebe ich mir dann für Berichte auch auf und verwende sie dann, wenn sie woanders gerade gut reinpassen.	
E214	Ich nutze andere Blogs auch zur Ideen- und Themenfindung sehr häufig (…).	
F242-244*	Manchmal finde ich aber zufällig Ideen für Themen, wenn man einfach sagt, das ist ein interessanter Gedanke, den kann man weiterspinnen, aber dann eher als Inspiration für etwas eigenes, aber nie als Faktenquelle.	
H251-253	Das kann schon vorkommen (Anm.: die Nutzung von Blogs als Inspiration für Themen, zur Ideen-und Themenfindung), doch. Dann sage ich, unter der Voraussetzung, dass das stimmt was da steht, habe ich das dazu zu sagen.	
H296-298	Wenn ich einen fremden Blog lese uns sage „ah zu dem Thema sollte man nun wirklich mal was für die Zeitungen schreiben“, dann hat der Blog diese Wirkung gehabt.	
H299-300	Er ist oft ein Themenlieferant, der mich möglicherweise auf ein Thema bringt, das ich aufgreife und zu dem ich dann selber recherchiere.	

Analysedimension WN4: aus Spaß an der Sache		
A237*	Auch aus Spaß an der Sache nutze ich Blogs, (…).	Sieben von acht Journalisten nutzen Weblogs zur Unterhaltung, aus Spaß an der Sache, zum Amüsement und aus Spaß an anderen Ausdrucksmöglichkeiten. Einer der Befragten nennt den Weblog von Peter Pilz, welchen er aus Spaß genutzt hat. Für einen anderen Befragten ist Spaß überhaupt der wichtigste Zweck des Bloggens. Er hat insbesondere Spaß daran sich im Blog durch Worteskapaden sprachlich auszutoben.
B122	Ich nutze Weblogs hauptsächlich zur Unterhaltung.	
B142-144	Das Wichtigste ist, ich hab Spaß dabei, ich kann mich austoben. Es mag schon vorkommen, dass mir auch Worteskapaden im Blog auskommen, aber das finde ich sehr lustig.	
D101	Bei Peter Pilz habe ich den Blog auch aus Spaß an der Sache gelesen oder genutzt.	
E211	Also jetzt tu ich gerade ein bisschen wenig, aber wenn ich etwas super Lustiges finde, dann auch aus Spaß.	
F244-245**	Ich schau' in Blogs mehr aus Interesse rein, das ist für mich eher als Spaß an der Sache gedacht.	
G285*	Das eine ist reines Amüsement, (…).	
H243*	Ja der auch (Anm.: der Spaßfaktor).	
Analysedimension WN5: zum Networking / soziale Kontakte/ Online-Reputation		
A232-233	Wenn ich die Personen persönlich kenne, einfach um sie „upzudaten" oder zu erfahren was die gerade machen oder was sie erlebt haben.	Fünf der acht befragten Journalisten nutzen Blogs für den Kontakt und Austausch mit anderen Menschen (Bekannten und Unbekannten), demnach zur Pflege sozialer Kontakte und auch zum Networking. Außerdem begünstigen Weblogs ihrer Meinung nach den Aufbau einer Online-Reputation mit Möglichkeiten der Selbstdarstellung. Weiters ist die Nähe zwischen Nutzer und Autor größer. Besonders prägnant stellt sich hier, die Intention sich mit Freunden und Bekannte durch Weblogs auszutauschen, heraus. Hier sind wesentliche Faktoren, das in Erfahrung bringen, wie es den Menschen, geht, das sie machen, an welchen Projekten sie arbeiten, etc. Ein Befragter erklärt in Bezug auf die Online-Reputation, dass dieser einmal dazu eingeladen wurde auf einem anderen Weblog Gastkommentare zu verfassen. Aufgrund dessen hätte sich dann das Google-Ranking des Journalisten schlagartig verändert.
A274-275	Wenn sie sie selbst schreiben, können sie sich Online eine gewisse Reputation aufbauen, (…).	
A301-304	Wir sind letztes Jahr vom Österreich-Blog als Gastautoren eingeladen worden, und da hat sich auch beim Google-Ranking einiges verändert, weil ich jetzt mit ganz irgendwelchen Kulinarik-Themen ganz oben stehe, komischerweise.	
C188-189	Ein zentraler Punkt, den wir schon angesprochen haben ist der, dass die Nähe zwischen Nutzer und Autor größer ist und man wesentlicher unmittelbarer erfährt welche Reaktionen es gibt.	
E206-208**	Weil ich wissen will es den Leuten geht, die Bekannte oder Freunde sind, weil es mich interessiert an welchen Projekten sie arbeiten etc.	
E210**	Auch zum Networken nutze ich Blogs.	
F238-239	Eigentlich weil ich wissen will was der oder die gerade denkt. Das sind dann schon eher Leute die ich kenne.	
F245-246	Manchmal schau' ich auch in Blogs, die ich nicht persönlich kenne, aber die man halt kennt.	
H240-241	Mich interessiert bei bestimmten Leuten die ich auch kenne, was die schreiben.	
H243-245**	Aber auch bei Leuten die ich kenne: Was schreibt der jetzt zu dem? Was macht er überhaupt und wie macht er es? Wie legt er es an, wie sieht es aus?	
Analysedimension WN6: aus Neugierde, Interesse, Erweiterung des eigenen Horizonts / Aneignung von Wissen		
A237-238	(…) wenn das stilistisch irgendwie lässig ist, dann lese ich das auch gerne.	Zwei Journalisten nutzen Blogs aus Interesse und aus Neugierde an Inhalten und verfolgen die Intention durch Weblogs ihren Horizont zu erweitern sowie das Handwerkszeug zu erlernen und ihre Kompetenz in dem Bereich zu erweitern. Journalisten suchen in Weblogs nach Information und Wissen, das sie sich aneignen können. Ein Befragter mein in Bezug auf das Erlernen des Handwerkszeugs, dass
A282**	(…) Horizont erweitern, (…).	
A293-296	Und es ist natürlich auch die Auseinandersetzung mit der Digitalisierung des ganzen Bereichs und das Bewusstwerden, dass sich da ganz viel verändert und sich selbst vielleicht schon in Stellung zu bringen für das, was noch so kommt.	
A287-288	Ich hab mich in diese ganze Blogosphäre vertiefen können und mir das Handwerkszeug aneignen können.	
A299-301	Ich eigne mir Wissen an, das ich später mal in Form von einer Geschichte wieder mal brauchen kann.	

A306-307	Aber ich profitiere auf alle Fälle davon, weil ich auch das Bewegen in diesem neuen Umfeld spielerisch erlerne.	er das Bewegen in diesem neuen Umfeld spielerisch erlernt Außerdem ist es möglich sich Wissen anzueignen, das man später in Form von einer Geschichte wieder einmal brauchen kann. Interessant ist auch, dass der Journalist, durch ein Interesse und der Auseinandersetzung mit der Digitalisierung und Veränderung des ganzen Bereichs, die Intention verfolgt sich selbst in Stellung zu bringen, für das was die Zukunft noch bringt.
H245	Und aus Neugierde, Interesse.	
Analysedimension WN7: zur Information		
A234*	(…) um Neuigkeiten zu erfahren*(…).	Zwei der Journalisten informieren sich in Blogs zu allen erdenklichen Themenbereichen um Neuigkeiten zu erfahren und nutzen Weblogs, in fachlicher Hinsicht, als Informationsquelle.
E206*	Als Informationsquelle einerseits fachlich.	
Analysedimension WN8: Aufträge/ Verdienstmöglichkeit		
A285-287	Ich habe aufgrund dieses Weblogs, das wir führen schon einmal einen Workshop gehalten und ein bisschen was verdient dabei. Ich hab schon Konzepte geschrieben, die in eine ähnliche Richtung gehen und habe auch verdient dabei.	Zwei der befragten Journalisten erhalten durch Blogs Aufträge bzw. interessante Angebote, Weblogs dienen dabei auch als Einnahmequelle. Ein Befragter beschreibt, dass er durch die Führung seines eigenen Blogs bereits Workshops gehalten und Konzepte geschrieben hat und dabei verdiente. Ein anderer Befragter gibt auch bekannt, bereits Aufträge erhalten zu haben.
E75-76	Ich habe schon mehrmals Aufträge bekommen für „XY“ zu schreiben, nur weil ich einen Blog habe. Das ist ja auch nicht zu unterschätzen.	

Beobachtungsebene 4: Verhältnis der österreichischen Blogosphäre und den traditionellen Medien		
Analysedimension V1: Nachholbedarf von traditionellen Medien vorhanden		
A310-329	Ja ich denke schon, dass sie Nachholbedarf haben. (…) Was momentan auffällt ist sicher, was zum Beispiel Wahlkämpfe betrifft, dass in den USA Barack Obama, gerade was das Web2.0 betrifft komplett neue Maßstäbe setzt, da ist Österreich sicher ewig hinterher. (...) Und das ist schon ein Nachholbedarf glaube ich.	Sieben der acht befragten Journalisten sind der Meinung, dass ein Nachholbedarf traditioneller Medien im Weblogging-Bereich im internationalen Vergleich vorhanden ist. Ein Befragter sieht Österreich in vielen Dingen als ein etwas rückständigeres Land und nennt zur Veranschaulichen das Beispiel Elektronik. Auch ein anderer Journalist sieht Österreich in diesem Fall als rückständig und veranschaulicht dies an einem Vergleich mit Deutschland und den Technorati-Rankings. Er glaubt auch, dass der Glaube an die freie Meinungsäußerung beispielsweise in Frankreich viel verbreiteter ist und das dies in der österreichischen Gesellschaft nicht so verankert ist. Außerdem erklärt er, dass es hier meist an Problemen in einem Land liegt und dass die Probleme – im Vergleich zu Frankreich – nie derart drastisch waren, außer in der NS-Zeit. Auch ein anderer Befragter zieht einen Vergleich mit Deutschland und sit sich sicher, dass Österreich Deutschland in diesem Bereich immer hinten nach ist. Ein anderer Journalist ist der Meinung, dass österreichische Medienunternehmen zu wenig in diesen Bereich investieren und appelliert an den Verstand seiner Kollegen. Ein Befragter vertritt die Ansicht, dass Österreich gegenüber Ländern der zivilisierten Welt (z.B. Amerika) vermutlich Nachholbedarf hat, gegenüber anderen Ländern wiederum nicht. Ein Journalist ist sich nicht sicher, ob die Tatsache des Nachholbedarfs in Österreich logisch und erklärbar, oder eine Schande ist. Ein Befragter ist der
C196-198	Ich glaub' die nationalen Medien haben in dem gesamten Online-Bereich massiven Nachholbedarf. Egal von welchem Segment wir reden, hinken wir z.B. auch der Situation in Deutschland hinterher.	
C200-204	Wenn bei uns irgendeine Idee aufgegriffen wird, dann sind die wirklich guten Online-Medien in Deutschland – und da ist vor allem Spiegel für mich maßgebend – und wir diese Idee irgendwann einmal entwickelt haben, dann sind die schon längst wieder ganz wo anders. Das ist ein Hase-Igel-Syndrom, wobei sie in dem Fall wirklich schneller und weiter sind.	
C208-210	Und diese Zeit holt man einfach nicht so rasch auf. Die ganze Online-Geschichte ist in Österreich kurioser Weise – ich weiß auch nicht warum – lange Zeit verschlafen worden.	
D117-118	Insofern würde ich das mit ja beantworten. Es gibt in Österreich diese Größenordnung nicht, diese Mengen.	
E85-86	Leider machen es in Österreich wenig, deswegen kann man da einfach noch nichts sagen.	
E230-236	Es ist auch die zum Beispiel der Weblog im Städtchen „XY" schreibt, der Bürgermeister ist gestern betrunken nach Hause gefahren, dann kann das eine Quelle sein, wo du mit einer Recherche beginnst. Und das Thema RSS ist generell im Journalismus noch nicht so weit gegangen, damit können noch die wenigsten was anfangen. Und wenn es das Thema Politik in Kärnten wäre, dann müsste das Keyword „Haider" in der Blogsearch abonnieren. Aber da wissen die Leute nicht wie es geht, weil sie oft auch nicht wissen was RSS ist und das wird noch länger dauern.	
E258-265	Ja sicher, die (Anm.: nationalen Medienunternehmen) tun ja gar nichts oder kaum was. (...) Bei Medienunternehmen passiert wenig. Die Kleine Zeitung hat ein Weblogsystem, wenn man sich das anschaut wie klein die Spitze (Anm: Leserblogs) ist, die wirklich darauf schreibt, dann ist das schon klein. (...) Die Kollegen sollten sich einmal bemühen, Blogs einmal ernst zu nehmen und einmal zu lesen, schauen was es in ihrem Tätigkeitsbereich überhaupt gibt.	

E293-302	Österreich ist da komplett hinten, wir sind weit hinter Deutschland, wenn man sich die Technorati-Rankings anschaut, im Verhältnis zur Bevölkerung. Ich glaub‘ es ist zu den Leuten noch nichts so weit gekommen. Und viele die etwas machen müssten aufgrund dessen was sie können, die überlegen immer noch warum oder wissen gar nicht dass es so etwas gibt, dass jeder publizieren kann. Das wird noch dauern. Es ist zum Beispiel in Frankreich viel weiter verbreitet dieser Glaube an die freie Meinungsäußerung. Das ist bei uns in der Gesellschaft nicht so verankert, im Denken dieser Leute, weil es nie Probleme gab damit. Es hat Zeiten gegeben in denen es in Frankreich nicht immer so einfach war, bei uns hat es das nicht gegeben, außer in der Hitler-Zeit.	Meinung, dass es daran liegt, dass es in Österreich diese Größenordnung und Mengen, die in anderen Ländern vorhanden sind, nicht gibt. Ein Befragter meint, dass die nationalen Medien im gesamten Online-Bereich massiven Nachholbedarf haben, egal von welchem Segment man spricht. Ein Befragter vergleicht die österreichische Situation und somit den Nachholbedarf gegenüber anderen Ländern mit der Situation in den USA und den Wahlkampf von Barack Obama, der seiner Meinung nach was das Web2.0 betrifft völlig neue Maßstäbe setzt.
F303-305	Österreich ist vielleicht in vielen Dingen einfach ein etwas rückständigeres Land. Für Elektronik gilt das sowieso glaub’ ich.	
G321-328	Dadurch dass sie mich jetzt fragen, wenn ich so nachdenke, sie kommen auf nur etwas mehr als 40 Journalisten Blogs in Österreich. Das ist jetzt keine besonders tolle Zahl im Vergleich zu den Journalisten allgemein. (…) Oder ist es so, dass es eigentlich eine Schande ist bei so und so vielen Journalisten im Land? Ich weiß halt nicht, ob wir eben relativ viel schlechter dran sind, oder ob es nicht einfach auch logisch ist, dass es so ist.	
H285-288	Ja, gegenüber anderen Ländern der zivilisierten Welt möglicherweise schon. Es kommt immer auf die Beziehung zu diesen Ländern an. Oder, mit welchen Ländern vergleiche ich mich? Gegenüber manchen Ländern haben wir keinen Nachholbedarf, gegenüber Amerika wohl schon.	
Analysedimension V2: Weblogs sind keine Gefahr für die klassischen Medien		
B200-205*	Ja, das ist die grundsätzliche Web 2.0-Angst. Definitiv nein. Es mag im Boulevard-Sektor so sein, dass das Publikum eher „einfachen Leuten“ glaubt, als bekannteren Persönlichkeiten. Ein Blog kann und soll nicht die Genialität der Analysen von bestimmten Medien ersetzen. Wenn es um schnelle, kurzlebige Information geht, oder um Infotainment geht, verdrängen Blogs die Zeitungen insofern nicht, da es das in Zeitungen ja gar nicht gibt.	Sechs Befragte sehen in Weblogs keine Gefahr für die klassischen Medien. Einer der Befragten macht dies an der Tatsache war, dass durch die Erfindung eines neuen Medium in der gesamten Geschichte noch nie ein anderes Medium verdrängt wurde. Die Hauptgründe dafür sind das Bedürfnis nach Orientierung, vorsortierter Information und das Vertrauen in Medienmarken. Ein anderer Journalist erklärt, dass ein Blog nicht die Genialität der Analysen von bestimmten Medien ersetzen kann. Auch wenn es um schnelle, kurzlebige Information geht, kann ein Blog kein Medium ersetzen, da diese Art der Information in traditionellen Medien ja nicht vorhanden ist. Ein Journalist meint, dass durch das immer größere und unüberschaubarere
C236-237*	Aber es gibt in der Geschichte meines Wissens nach kein einziges Beispiel wo ein Medium verschwunden wäre.	
D138-144	Das denke ich überhaupt nicht, weil ich glaube je größer der „Wust“ von Angeboten im Netz wird, umso größer wird das Bedürfnis nach Orientierung, nach aussortierter, kontakter Informationen auf die man sich verlassen kann. Das heißt also Marken, von denen der Leser oder Konsument glaubt, die bieten mir verlässlich was wichtig ist und die haben die Vorsortierung schon gemacht und je größer dieses „Mehr“ wird, umso unübersichtlicher wird es. Deshalb muss jemand diese Arbeit leisten, ein traditioneller „Trichter“ zu sein, das sind Zeitungen und andere traditionelle Medien.	

D146-149	Je mehr das kommt, dieses Bürgerelement, umso wichtiger werden die Journalisten, weil sie die Bewertung vornehmen müssen, was kommt in die Zeitung usw. Und die Leute haben auch immer weniger Zeit und je weniger Zeit sie haben umso mehr brauchen sie die Informationen vorsortiert.	Informationsangebot im Netz das Bedürfnis nach Orientierung und vorsortierter Information steigen. Und diesen „Trichter“ bieten traditionelle Medien. Ein Befragter glaubt zwar an Gefahren, die sich für traditionelle Medien darstellen, macht diese jedoch nicht an Weblogs fest, da Blogs das nicht leisten können, was etablierte Medien leisten. Damit meint er, Weblogs können keinen Nachrichtenstrom sicherstellen, nicht einmal in bestimmten Themensegmenten, Weblogs fehlt die Kontinuität, wie es in Medienunternehmen der Fall ist. Außerdem nennt er das Vertrauen in Medienmarken, da man bei einem Blog nicht wissen kann, ob er am nächsten Tag oder in drei Wochen den nächsten Eintrag veröffentlichen wird. Des Weiteren arbeiten traditionelle Medien nach gewissen Spielregeln und Standards und können so ihre Qualität sicherstellen. Auch ein anderer Journalist betont das Vertrauen in Medienmarken und gibt ein Beispiel indem er sagt, dass trotz dem Online-Angebot einer Tageszeitung, die Print-Ausgabe noch immer gekauft wird. Deshalb ist er der Meinung, dass auch Weblogs nicht in der Lage sind zu einem Niedergang von Tageszeitungen zu führen.
F311-312**	Ich glaube nicht, dass es da eine Gefahr gibt.	
G397-400*	Es gibt ganz klar Gefahren für klassische Medien, das ist ja offensichtlich. Das ist für jeden der sich mit diesem Thema beschäftigt ersichtlich. Aber das hat mit Blogs überhaupt nicht zu tun meiner Ansicht nach. Warum? Weil Blogs das nicht leisten können, was etablierte Medien leisten.	
G405-421*	Aber Faktum ist, sie können keinen Nachrichtenstrom sicherstellen, auch nicht in bestimmten Themensegmenten, auch nicht wenn sich gewisse Menschen durch brisante Sachen hochbringen, keine Frage. Aber da gibt es keine Kontinuität drinnen, wie es ein Fernsehen- oder Onlineunternehmen leisten kann. Sie haben im Normalfall keine vertragliche Qualitätszuschreibung. Bei der Presse – auch wenn ich sie nicht regelmäßig lese weiß ich – was kann ich da erwarten. Genauso weiß ich das beim Standard, da habe ich ein Bild im Kopf. Und da wieder ein gewisses Vertrauen. Bei einem Blog weiß ich zunächst einmal gar nichts. Wird er morgen wieder schreiben oder nicht oder erst in 3 Wochen wieder. Also es gibt diese berechenbare Qualität nur bei Medien, die sich selbst reproduziert auch. Da würde ich sagen, da ist keine Gefährdung in dem Sinne da bzw. haben natürlich etablierte Medien eine Rolle. Die Spielen nach anderen Spielregeln – so wie Check und Recheck, Kommentar usw. – das ist in Blogs alles egal. Es kann ja sein dass das den Menschen irgendwann nicht mehr wichtig ist, aber im Moment würde ich sagen, Blogs sind ein Teil des Ganzen, aber trotzdem will ich aus der etablierten Zeitung oder aus dem Online-Dienst schon noch wissen, was jetzt wirklich passiert ist. Also ich sehe in Blogs keine Gefahr für etablierte Medien.	
H319-320	Nein, warum? Das glaube ich nicht“ (Anm.: dass Weblogs als eine Gefahr für klassische Medien zu verstehen sind)!	
H322-328;	Das wird am Vertrauen in Medienmarken liegen. Ich müsste ja dann zunächst einmal sagen, wieso macht die Presse und wieso machen andere Zeitungen eine Homepage? Das ist ja mörderisch, nicht? Ich verkaufe die Presse um teure 1,50€ und stelle den Vollinhalt und darüber hinausgehende Texte gratis ins Internet. Wieso macht man das? Man will doch die Zeitung verkaufen! Im Internet wird sie verschenkt. Auch die Onlineausgabe der Presse hat noch nicht zum Niedergang der Printausgabe geführt umso weniger ein Blog.	

Analysedimension V3: Weblogs als Bereicherung für klassische Medien		
A378	Ich glaube das ist eher ein Zusatz.	Fünf von acht Befragten sehen Weblogs als eine Chance, Bereicherung oder Ergänzung für klassische Medien. Durch diese Parallelfunktion beider Medien, können diese voneinander profitieren. Zwei der Befragten sehen es auch als ein zusätzliches Angebot neben klassischen Medien. Einer der Befragten erklärt, dass ihn an einer neuen Entwicklung nie die Gefahr, die das neue für das alte Medium darstellt interessiert, sondern immer die Chance, die es bietet. Einer der Journalisten sieht Weblogs als Ergänzung, da diese andere Sachen leisten können als etablierte Medien und auch spannend sind. Ein anderer Befragter fügt hinzu, dass Blogs Perspektiven und Meinungen bereitstellen und sich Themen annehmen, die in etablierten Medien zu wenig behandelt oder nicht angeboten werden. Ein Journalist geht auf die Situation in weniger demokratischen oder undemokratischen Ländern ein, wo Weblogs eine sehr große Bereicherung darstellen können. Demnach hebt er die demokratische Funktion von Weblogs hervor. Ein Befragter ist sich sicher, dass Blogs in einem bestimmten Segment eine ganz manifeste Chance haben, bestimmte Aufgaben erfüllen können, andere Wünsche ansprechen, andere Bedürfnisse abdecken und ihren Zweck erfüllen werden.Generell vertreten die Befragten die Meinung, dass Weblogs zwar eine spannende Bereicherung sein können, aber die traditionellen Medien nicht ersetzen können.
C226	Ich glaube eher, es ist einfach ein zusätzliches Angebot.	
C237-239	Es interessiert mich an einer neuen Entwicklung nie die Gefahr, die es für das Alte darstellt sondern die Chance, dass es etwas Neues ist.	
C242-247	Aber ich denke mir schon, dass das eine Sache ist die in einem bestimmten Segment eine ganz manifeste Chance hat, keine Frage. Die eine bestimmte Aufgabe erfüllen kann, die dadurch dass sie tendenziell grundsätzlich einmal sehr viel stärker personalisiert ist als das in einem allgemeinen Zeitungsbeitrag der Fall ist, auch andere Bedürfnisse abdeckt, andere Wünsche anspricht und ihren Zweck erfüllen wird.	
D34-36	Also ich würde sagen, es ist eher so ein Nebenstrom, so wie eine Anmerkung in einem Buch. Das würde ich sagen ist die Funktion.	
D152-155	Ich hoffe und ich glaube, dass das eine unglaubliche Bedeutung haben kann in totalitären Staaten. Also für Demokratie kann es sehr wichtig sein und werden. Also in einem Land wie China wo einfach die Presse nicht wiedergibt oder wiedergeben kann was Tatsache ist. Dort kann das glaub ich hilfreich sein.	
D159-162	Aber ich denke wie in Gebieten wie dem Irak da wäre es sehr wichtig. So etwas kostet nichts, man braucht kein Papier und keine Druckerei und kann miteinander kommunizieren auf einer sehr informellen Ebene.	
F310-311*	Ich habe das Gefühl, das ist ein Parallelmedium, das neben den klassischen Medien existiert und das beide voneinander profitieren.	
F312	Weblogs sind für mich eher als eigenes Zusatzmedium zu verstehen.	
G298-300	Also ich würde es so sagen, Weblogs sind eine spannende Bereicherung für klassische journalistische Inhalte, aber sie können diese nicht ersetzen.	
G301-304	Aber es ist trotzdem gut, dass es ergänzende Dinge gibt, die eine bestimmte Perspektive haben, eine bestimmte Meinung oder weil sie sich Themen annehmen die man in etablierten Medien zu wenig behandelt oder sie vielleicht nicht angeboten werden.	
G400-402	Sie können andere Sachen leisten, sie sind spannend und eine wichtige Ergänzung, aber sie können das nicht leisten was etablierte Medien leisten können.	

Analysedimension V4: Weblogs sind eine Gefahr für die klassischen Medien		
A372-374	Also in diesem Nischenbereich denke ich schon, dass die Weblogs wenn sie gut gemacht sind, vielleicht zum Teil ein bisschen an Aufmerksamkeit abziehen können.	Fünf Journalisten sehen in Weblogs eine Gefahr für die traditionellen Medien. Ein befragter Journalist ist dieser Meinung, da die Zeitung viele Bedürfnisse der Leser nicht befriedigen kann, somit kann das Wachsen der Blogosphäre zu einem Problem der Zeitung werden. Ein Befragter weist darauf hin, dass dies nur in Nischenbereichen der Fall ist, da sie hier den traditionellen Medien Aufmerksamkeit abziehen können. Auch ein anderer Befragter geht auf die Aufmerksamkeitsdiskussion ein und verdeutlicht anhand eines Beispiels, dass es um Aufmerksamkeit, Zugriffszahlen und Bereitstellung von Information geht. Er ist der Meinung, dass viele Leser nach Informationen suchen und zu dem jeweiligen Thema konsumieren was sie gerade finden – egal ob dies ein Blog oder anderes Medium ist. Außerdem ist sich dieser sicher, dass er – sobald es einmal eine Generation geben wird, die keine Zeitung abonniert –er den Vorsprung gegenüber seinen jetzigen Chefs haben wird. Ein Befragter ist der Meinung, dass Weblogs nicht für alle Medien eine Gefahr darstellen, jedoch besonders für das Medium Fernsehen, da sie „Mitmachfernsehen“ sind. Ein anderer Befragter ist der Meinung, dass es die Online-Angebote der Medien immer weniger schaffen, sich zu bewähren, da diese es ihnen immer weniger gelingt, die Bedürfnisse – insbesondere von jungen – Menschen zu erfüllen. Ein Journalist sieht es als Gefahr, dass sich Blogs zu etablierten Medien entwickeln.
B205-206	Sie sind eher eine Gefahr für das Medium Fernsehen, weil Blogs „Mitmachfernsehen“ sind und das ist gut so.	
D129-132	Das kann eine Zeitung in dieser Form nicht befriedigen und deswegen würde ich sagen, das Wachsen dieser Sphäre das kann zum Problem der Zeitung werden, denn wenn man das gewöhnt ist und je mehr das um sich greift, umso schwieriger wird es eine Zeitung haben.	
E238-247	Am Ende des Tages geht es um Aufmerksamkeit. Wenn ich jetzt einen Podcast habe, der 30 Minuten dauert und ich habe 100 Abonnenten, dann habe ich 300 Minuten Aufmerksamkeit. In dieser Zeit können 100 Personen kein Radio hören. Während die Leute meinen Blog lesen, können sie ganz sicher keine Zeitung lesen. Das heißt ich schneide mir irgendwann einmal ein Stück von Medienkuchen herunter, der sich irgendwann einmal ganz anders aufteilen wird. (...) Irgendwann wird es einmal eine Generation geben, die keine Zeitung abonniert, dann habe halt ich den Vorsprung gegenüber meinen jetzigen Chefs.	
E313-316	Ja sicher, das hab‘ ich ja auch gemeint. Als Gefahr ist jetzt ein bisschen übertrieben, aber sie nehmen sich ein Stück vom Kuchen. Wenn jemand in Google sucht zum Thema „XY“ und kommt auf einen Blog, dann ist sein Informationsbedürfnis damit womöglich gestillt.	
E319-320	Da sich Medienhäuser streiten; sie müssen sich mit Bloggern oder Betreibern von Websites „matchen“ wer denn den Zugriff bekommen.	
E328-336	Wenn du heute suchst nach Shanghai und Postleitzahl, kommst du ganz sicher auf meinen Blog. (…) Und das ist eines der meisten Keywords, wo Leute zu mir kommen, die steht ganz oben im Ranking. Und der normale Leser weiß kann nicht unterscheiden, dass das ein Blog ist und das ist ihm auch vollkommen egal. Hauptsache, dass das Informationen drauf sind und das wird irgendwann einmal komplett nebensächlich ob das ein Blog oder eine Website ist.	
G365-375	Und generell muss man sagen dass man als Mediengattung offenbar aus vielerlei Gründen immer weniger versteht, diese Bedürfnisse von Menschen, insbesondere jungen Menschen, zu erfüllen, sie also abzuholen. (…) Das ist ja der Weg der Blogger und ob das jetzt Blogger besser machen ist wieder eine andere Frage, aber das ist schon eine Taktik.	
G385-387	Also Faktum ist, irgendwie schaffen wir das immer weniger, auf der anderen Seite schaffen es unsere Online- Angebote, diepresse.com, sich zu bewähren.	
G421-422	Es ist viel eher – wenn man es so sagen will – die Gefahr, dass Blogs zu etablierten Medien werden.	

Analysedimension V5: Wachsendes Interesse an Blogs liegt an der Unzufriedenheit der Leser		
F299-300	Ja, das glaube ich schon. Ganz einfach, weil sie die Möglichkeit selbst haben an medialer Berichterstattung teilzunehmen.	Ein Journalist ist der Meinung, dass das wachsende Interesse an Blogs an der Unzufriedenheit der Leser mit traditionellen Medien liegt. Dies macht er daran fest, dass die Nutzer durch Weblogs die Möglichkeit haben an medialer Berichterstattung teilzunehmen.
Analysedimension V6: Wachsendes Interesse an Blogs liegt nicht an der Unzufriedenheit der Leser		
A345-355	Ich denke das ist einfach das Format dieses Mediums, weil es eben persönlich gefärbt ist und (…) mit sehr viel Neugier verbunden ist. Viel Interesse an anderen Menschen oder so. (…) Und ich denke davon kann auch die Blogosphäre sehr gut leben, dass es einfach menschlich und persönlich ist.	Sechs Journalisten sind der Meinung, dass das wachsende Interesse an Blogs nicht an der Unzufriedenheit der Leser mit den traditionellen Medien liegt. Einer der Befragten ist sich sicher, dass sich Menschen, die mit einem traditionellen Medium unzufrieden sind, abwenden oder versuchen, das traditionelle Medium zu beeinflussen. Er sieht keinen Sinn darin, dass sich diese Leser dann Weblogs zuwenden würden. Ein Journalist bezweifelt das wachsende Interesse an Weblogs. Ein Befragter ist eher der Meinung, dass das Format selbst ansprechend, menschlich und persönlich ist und dass somit das wachsende Interesse an Blogs nichts mit der Unzufriedenheit der Menschen mit den traditionellen Medien zu tun hat.
C224-226*	Ich glaube nicht, dass aus einer Unzufriedenheit der Leser mit einer gedruckten Zeitung, die Blogs beginnen zu florieren.	
D125	Nein (Anm.: das wachsende Interesse an Blogs geht nicht mit einer Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien einher), ich glaube es ist eher umgekehrt.	
E290-291	Glaub‘ ich nicht (Anm.: dass der Grund für das wachsende Interesse an Blogs, die Unzufriedenheit vieler Menschen mit den traditionellen Medien ist), (…).	
G356-361	Erstens, wachsendes Interesse ist einmal zu bezweifeln oder zu überlegen ob das wirklich so ist. Weil Tatsache ist, dass es einmal Millionen Blogs gibt und man sagt jetzt hat es einmal eine Phase gegeben wo sich dieses Thema etabliert hat, und man fragt sich, wächst das eigentlich stärker als andere Sache.. Dann müssten Zeitungen definieren welche wir nehmen und dann bräuchten wir noch die Zugriffszahlen, also es ist unmöglich kontrollierbar.	
H310-311	Nein, da sehe ich keinen Zusammenhang (Anm.: im Grund für das wachsende Interesse an Blogs und der Unzufriedenheit vieler Menschen mit traditionellen Medien).	
H313-317	Ja, weil die Blogs einfach keine traditionellen Medien sind und jemand der mit einem traditionellen Medium unzufrieden ist, der wendet sich ab oder versucht das traditionelle Medium zu beeinflussen. Ich glaube nicht dass jemand sagt, die Zeitung ist mir zu blöd und zu fad und dann geht er auf die Homepage derselben Zeitung und liest sich die Blogs durch, das glaube ich nicht. Somit verneine ich die Frage.	

Analysedimension V7: Der journalistische Alltag hat sich durch Blogs verändert		
B130-133	Ich merke das (Anm.: die Veränderungen des journalistischen Alltags) speziell weil ich hin und wieder Take-Artikel schreibe. Diese Take-Blogs (…) sind unglaublich schnell. Für die redaktionelle Arbeit ist das super.	Sechs von acht Befragten sind der Ansicht, dass sich der journalistische Alltag durch Weblogs verändert hat. Ein Befragter macht das an seiner eigenen Erfahrung, speziell an Take-Artikeln, fest. Ein Punkt, der darauf hinweisen könnte, dass Weblogs den journalistischen Alltag beeinflussen, ist wenn Themen, die in der Blogosphäre aufgegriffen werden, den Weg in die klassischen Medien finden. Zwei der Befragten geben hierzu Beispiele an. Einer erklärt, dass es im Zusammenhang mit der österreichischen Nationalratswahl Blogs gab, deren Einträge dann tatsächlich passagenweise in der Zeitung abgedruckt und reflektiert wurden. Ein anderer Journalist ist der Meinung, dass dies zwar selten passiert, hat es aber anhand eines eigenen Textes bereits erlebt. Die Beispiele, die er dazu anführt sind der Kauf eines Grundstückes von der Firma Google in Oberösterreich sowie der Hinweis aus einem Weblog, dass Gusenbauer einen Tag vor dem Erscheinen des IPhones auf dem Markt in einer Tageszeitung mit dem IPhone fotografiert und abgedruckt wurde. Eine andere Tageszeitung nutzte dies zu ihren Zwecken und erstattete über den Fehler Bericht. Ein Journalist ist der Meinung, dass Weblogs den journalistischen Alltag insofern beeinflussen, als dass sich die Erwartungen an die Zeitungen verändern. Ein Befragter meint, dass sich die Gatekeeper-Rolle von Journalisten durch Weblogs sehr verändert hat. Ein Journalist macht den Einfluss eher daran fest, als dass er sich selbst überlegen muss, welche Themen – durch die Fülle an Information - für seine Blog-Einträge überhaupt noch übrig bleiben. Zwei Journalisten bringen das Thema Aufmerksamkeit hervor. Einer davon glaubt zwar nicht, dass Blogs einmal erfolgreicher werden, als die traditionellen Medienhäuser, ihren Anteil am „Kuchen“ jedoch
C214-216	Es gab – das habe ich allerdings nur am Rande verfolgt – im Zusammenhang mit der österreichischen Nationalratswahl gab es Blogs, die dann tatsächlich passagenweise in die Zeitung kamen und in der gedruckten Zeitung reflektiert wurden.	
D134-136	Ich glaub einfach, dass es eher umgekehrt ist, nicht dass die Zeitung die Leute vertreibt, sondern dass sich die Leute immer mehr etwas anderes von der Zeitung erwarten werden.	
E268-284	Selten, aber doch. Bei mir war das auch einmal so. Da hat vor 3 Wochen jemand eine Twitter-Nachricht geschickt: „Google kauft in Oberösterreich ein Grundstück!“ (…) Ja, aber das Gerücht aus den Blogs hat gestimmt, das weiß ich, weil ich war im Juli in San Francisco und da hat mir jemand von der Austrian Business Agency gesagt, dass ein großer amerikanischer Konzern ein „Veto(a)(?)“-Center eröffnet, oder planen will. Woraufhin ich dann gleich die Geschichte für Print geschrieben habe, weil ich gewusst habe sie stimmt. (...) Da gibt’s den Thomas Sommeregger aus Hermagor, der hat die Kleine Zeitung gelesen am 13. März, da haben wir ein Foto drinnen gehabt, mit dem Gusenbauer und dem IPhone. Der hat das am 13. März noch nicht haben können, weil es erst am 14. März verkauft wurde. Wir waren dann zu blöd, ich habe das den Kollegen von der Politik gesagt, da hat ein Blog darüber geschrieben eben. Und die Tageszeitung „Österreich“ hat das die Woche auf und ab gespielt. Das ist aus Blogs gekommen, ja.	
E339-343	Der Inhalt wird wachsen, der über Blogs – also von nicht traditionellen Medienhäusern generiert wird und auch die Zeit in der Medienkonsumenten konsumieren. Aber es wird nie so werden, dass jetzt auf einmal Blogs größer sind als die traditionellen Medienhäuser, aber sie werden ihren Anteil am Kuchen ganz sicher bekommen.	
G318	(…) aber es hat auch die Gatekeeper-Rolle der Journalisten schon sehr verändert.	
G379-385*	Man muss sich darüber Gedanken machen ob sich Menschen verändert haben in ihrem Mediennutzungsverhalten? Ist es das viel breiter gewordene Angebot? Ist es der Kampf um Zeitbudgets, die wir nicht mehr so gewinnen wie früher weil ja die Tageszeitung weniger wird. Klar, weil wenn ich mir jetzt aussagen kann ob ich Internet surfe oder mich jetzt hinsetze und meine Zeitung lese. Also der Tag hat nur 24 Stunden und der ist endlich, also befinden wir uns in einem konstanten Kampf um Aufmerksamkeit und um das Zeitbudget von Menschen*.	

H264-268	Wie sie schon gesagt habe, es beeinflusst natürlich insofern, dass ich mir schon Gedanken mache, was mir für meinen Blog überhaupt noch übrig bleibt. Ich muss es rein vom Taktischen sehen. Auch natürlich die Zeit um das überhaupt zu machen. Zwischen journalistischem Alltag und das Bloggen von Journalisten ist selbstverständlich eine Wechselwirkung.	ganz sicher bekommen werden. Der andere spricht ebenfalls vom Kampf um das Zeitbudget von Menschen.
H303-307	Ich würde sagen, diese Blogs haben natürlich gewisse Einflüsse eben dadurch wenn man sich Blogs ansieht, Themen findet. Man sieht ja welche Gedanken sich andere gemacht haben oder was andere bewegt. Da kristallisieren sich dann Themen heraus, die auch für die Öffentlichkeit natürlich sehr interessant sind. So gesehen, wie haben sie die Frage formuliert, so gesehen hat das natürlich Einfluss.	
Analysedimension V8: Der journalistische Alltag hat sich durch Blogs nicht verändert		
A342	Der Einfluss ist noch sehr gering.	Zwei Befragte sind der Ansicht, dass sich der journalistische Alltag durch Blogs nicht verändert hat, da Weblogs keinen oder nur geringen Einfluss haben, nicht ernst genug genommen werden.
E224-227	Nein, das tut sie überhaupt nicht. Die meisten Leute „scheren sich einen Dreck darum“ und glauben, das sind Leute die irgendetwas im Internet schreiben und das es ein Blödsinn ist. Also wenn man sagt, das habe ich in einem Blog gefunden wird es nicht ernst genommen.	
E287	Noch zu gering (Anm.: ist der Einfluss von Blogs auf den Journalismus).	
Analysedimension V9: Der journalistische Alltag hat sich durch die gesamte Online-Produktion verändert		
A267-268	Ich würde das nicht auf Blogs alleine anstellen. Die ganze Content-Produktion konzentriert sich ja zunehmend auf den Online-Bereich.	Der journalistische Alltag hat sich zwar verändert, aber nicht nur durch Blogs, sondern mehr durch den gesamten Online-Bereich. Blogs sind nur ein Teil davon, nicht das Kernthema. Dieser Meinung ist die Hälfte der Befragten.
A270-272	Ich denke, das ist etwas, das sehr dynamisch oder dynamisierend wirkt. Blogs sind da eigentlich nur ein Teil des großen Ganzen.	
D109-110	Das Internet und die Suchmaschinen…würde ich sofort mit ja beantworten. Aber bei Blogs da wüsste ich eigentlich nicht wie.	
F268-273	Das ganze Internet beeinflusst die journalistische Arbeit enorm, also das hat den Journalismus insgesamt total verändert. (…) Also das alles hat die journalistische Arbeit total verändert und der Blog ist ein zusätzliches Faktum, das die journalistische Arbeit auch noch einmal verändert.	
G307-309	Das Internet, die generelle Mediennutzung hat den journalistischen Alltag verändert und werden ihn weiter verändern. Blogs gehören da irgendwie dazu, aber das ist nicht das Kernthema.	

Analysedimension V10: Zusammenhang von Mediensituation und J-Blogs		
B185-186	Ja ich glaube schon, dass die österreichische Mediensituation die Blog-Situation beeinflusst.	Die österreichische Mediensituation (Konzentration, etc.) hat Einfluss auf die Journalisten-Blogs in Österreich, auch auf die eventuell langsamere Entwicklung von Journalisten-Blogs. Einer der Befragten fügt noch hinzu, dass jede Mediensituation zumindest Einfluss af den Journalismus hat. Dies ist dann auch der Grund, weshalb es in irgendeiner Art und Weise auch Auswirkungen auf Journalisten-Blogs. Dieser Meinung sind zwei der acht Befragten.
G392-394	Das ist eigentlich eine „no-na"- Frage, weil jede Mediensituation hat zumindest auf den Journalismus Einfluss und damit auch auf irgendeine Art und Weise auch Auswirkungen auf Journalisten-Blogs. Und eben auch in Österreich klarerweise.	
Analysedimension V11: Kein / geringer Zusammenhang von Mediensituation und J-Blogs		
A358	Nein, also ich denke das ist nicht die Hauptursache, vielleicht eine von vielen.	Drei der Befragten sind der Meinung, dass die österreichische Mediensituation keinen oder nur geringen Einfluss auf die Journalisten-Blogs in Österreich hat. Ein Befragter sieht die Mediensituation nicht als Hauptursache, erklärt aber, dass sie eine Ursache von vielen ist. Dieser ist der Ansicht, dass vielmehr die Infrastruktur und das Mindset eine Rolle dafür spielen. Ein anderer Journalist denkt, dass zwischen der österreichischen Mediensituation und der Entwicklung von Journalisten-Blogs kein Zusammenhang zu sehen ist.
A364-366	Ich glaube nicht, dass die Medienkonzentration so eine große Rolle spielt. Ich denke das ist die Infrastruktur und das Mindset.	
E305-307	Ich glaube nicht wirklich (Anm.: dass die österreichische Mediensituation Einfluss auf die stetige, aber doch etwas langsamere Entwicklung von J-Blogs in Österreich hat).	
H343-351	Es gibt nur wenige Zeitungen also gibt es wenige Blogs. Nein, das glaube ich nicht. Und die großen Zeitungen und die großen Konzentrationen könnten viele Blogger hervorbringen. Ich vermute es nicht. Rein vom Verstand her, wenn ich sage, ganz übertrieben, dem Land gehören nur noch 2 oder 3 Zeitungen. Wenn ich sage, ein Weblog ist doch etwas mit dem man sich selber auch ein bisschen in den Mittelpunkt rücken kann, dann ist dieses Bedürfnis doch bei den Vertretern dieser wenigen Zeitungen genauso gegeben. Ich könnte in einem Land mit nur 2 Zeitungen genauso viele Blogger finden wie in einem Land mit 10 Zeitungen, denn die Anzahl der Köpfe ist ja gleich.	

LEBENSLAUF

Nina Victoria Bennett Bakk.

Geboren am 21. Juni 1985 in St. Veit an der Glan / Kärnten

Ausbildung

Seit Oktober 2006	Magisterstudium der Publizistik– und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien
10/2003 – 09/2006	Bakkalaureatsstudium Publizistik– und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien
1995 – 2003	BG/ BRG Klagenfurt – Viktring, Bundesrealgymnasium unter besonderer Berücksichtigung der musischen Ausbildung, Schwerpunkt: Bildnerische Erziehung
1991 – 1995	Volksschule Velden

Berufserfahrung/Praktika

10/2008-02/09	e-Fachtutorin am Institut für Publizistik– und Kommunikations-wissenschaften der Uni Wien
03/2008-07/2008	Fachtutorin am Institut für Publizistik– und Kommunikations-wissenschaften der Uni Wien zum Thema „Weblogs von Medien und Journalisten in Österreich“.
02/2006-04/2006 08/2006 und 09/2007–12/2007	Praktika bei PLEON Publico Public Relations und Lobbying GmbH
05/2006-06/2006	Mitarbeit bei Planung und Organisation der XIII. Wachauer Journalistentage „Kultur und Journalismus“ Quote versus Qualität? Stift Dürnstein
10/2005-12/2006	Redakteurin, Gründungsmitglied und ehrenamtliche Mitarbeiterin der Zeitung „Hörsaal 10“, Studentenzeitschrift am BWZ.
09/2005	Kleine Zeitung Kärnten, Praktikum
1. – 7. Juli 2005	Sommercampus05 der Politischen Akademie der ÖVP, PR- und Öffentlichkeitsarbeit, journalistische Mitarbeit an der Campus-Zeitung, Interviewtätigkeiten, etc.
2004	Markt- und Meinungsforschungsinstitut „Das Sozialwissenschaftliche Forschungsbüro“, Wien. . Projektmitarbeit und Interviewtätigkeiten