

“Hier entsteht eine neue Internetpräsenz“ – Weblogs im Bundestagswahlkampf 2005

Von Steffen Albrecht, Maren Lübcke, Rasco Perschke und Marco Schmitt (Hamburg)

Zusammenfassung

Mit dem Bundestagswahlkampf 2005 entstand in der deutschsprachigen Blogosphäre ein neues „Netz im Netz“. Politikerinnen und Politiker, Journalistinnen und Journalisten sowie interessierte Bürgerinnen und Bürger begannen gleichermaßen damit, in Weblogs über die Wahl im Besonderen und Politik im Allgemeinen zu posten, Sachverhalte zu kommentieren und vor allem auch: Personen, Themen und Meinungen zu diskutieren. Die vorliegende Forschungsnotiz informiert über Methodik und erste Ergebnisse einer Studie zu Weblogs im Bundestagswahlkampf 2005, welche derzeit am Arbeitsbereich Technikbewertung und Technikgestaltung der Technischen Universität Hamburg-Harburg durchgeführt wird. Ziel der Studie ist es insbesondere, ein möglichst genaues Bild der zwischen einzelnen Weblogs bestehenden Verbindungen zu zeichnen. Diese basieren auf Links, wie sie in Blogrolls, Weblog-Einträgen oder Kommentaren enthalten sind. Neben der Diskussion methodischer Probleme von Untersuchungen der „Blogosphäre“ werden weiterführende Fragestellungen präsentiert, die von der Theorie kommunikationsorientierter Modellierung (COM) ausgehen.

1 Wahlblogging 05 – Eine kommunikationssoziologische Bestandsaufnahme

Die Bundestagswahl 2005 und der ihr vorausgehende Wahlkampf im Sommer dieses Jahres waren zweifelsohne jene Ereignisse, welche die innenpolitische Berichterstattung der Medien prägten. „Bild“-Schlagzeilen, Leitartikel, Talkshows und das unvermeidliche Fernsehduell deuteten darauf hin, dass – unabhängig von den besonderen Umständen der bevorstehenden Wahl – nicht nur in der Außendarstellung der Parteien und im politischen System, sondern auch mit Blick auf die Dokumentation des Geschehens (fast) alles beim Alten geblieben war. Von den meisten Wahlberechtigten unbemerkt erlebte das deutschsprachige World Wide Web mit dem Wahlkampf allerdings eine erneute Veränderung, wie sie typischer und bezeichnender für das Internet kaum sein könnte. Ein neues „Netz im Netz“ begann sich mit dem Bundestagswahlkampf und den ihn begleitenden Diskussionen Schritt für Schritt zu entfalten und neue Möglichkeiten und Perspektiven des kommunikativen Austausches und der Meinungsbildung zu eröffnen: das der deutschsprachigen Politik- und Wahlweblogs.

Als neue Möglichkeit zur Publikation eigener Inhalte im Netz erfahren diese zwar eine positive Würdigung, ihre Bedeutung für öffentlich geführte Diskussionen und die kommunikative Rahmung von politischen Ereignissen in Deutschland ist jedoch umstritten (vgl. u.a. Patalong 2005). In den USA spielten politische Weblogs und Wahlblogs bereits im Präsidentschaftswahlkampf 2004 eine bedeutende Rolle (vgl. u.a. Cornfield et al. 2005 sowie Adamic/Glance

2005), in Deutschland waren es jedoch zunächst die Bürgerschafts- und Landtagswahlen in Hamburg sowie in Nordrhein-Westfalen, bei denen diese neue Plattform der Diskussion und Meinungsbildung genutzt und wahrgenommen wurde. Bei der Bundestagswahl 2005 zeigt sich jedoch ein wesentlich stärkerer Trend: Zur Wahl wurde gepostet und kommentiert – und dieses nicht zu knapp. Sachlich, intensiv, kritisch – ebenso wie auch polemisch, resignierend oder einfach nur unterhaltend. Obwohl Weblogs immer noch eine untergeordnete Rolle als Informationsquellen und –anbieter für Medien und Bürgerinnen und Bürger spielen (vgl. zu den Ergebnissen einer aktuellen Netzumfrage Abold 2005), bedeutet dies jedoch nicht, dass ihr tatsächlicher Einfluss unterschätzt werden sollte. Einzelne Weblogs wirken zunächst immer „im Kleinen“, indem sie es Bloggenden und Diskutierenden auf neue Art und Weise ermöglichen, Inhalte zu veröffentlichen, Stellung zu beziehen, sich auszutauschen und sich ein eigenes, „anderes“ Bild zu machen (vgl. u.a. Ito 2004 sowie Perschke/Lübcke 2005).

Werfen wir einen Blick auf die vielen unterschiedlichen Weblogs, die mittlerweile die Blogosphäre ausmachen, so fällt vor allem eines auf: die Welt der Blogs ist bunt! Für die am Arbeitsbereich Technikbewertung und Technikgestaltung der TU Hamburg-Harburg initiierte Studie „Hier entsteht eine neue Internetpräsenz‘ – Weblogs im Bundestagswahlkampf 2005“¹ werden derzeit über 300 Politik- und Wahlweblogs untersucht. Neben parteieigenen, von Abgeordneten oder Parteimitgliedern betriebenen Weblogs finden sich in der deutschsprachigen Blogosphäre ebenso eine Vielzahl an Blogs die, sonst ein breites Spektrum an Themen abdeckend, zum Bundestagswahlkampf eben diesen verstärkt beobachtet und kommentiert haben. Community Blogs sind ebenso anzutreffen wie von einzelnen Personen verantwortete Seiten, und das Nachrichtenmagazin „Focus“ stellte ausgewählten Politikerinnen und Politikern eigene Weblogs auf seiner Website zur Verfügung. Weblogs *gegen* trafen auf Weblogs *für*. Sogar die Nichtwähler waren vertreten. Und auch auf den Seiten der altherwürdigen Tagesschau wurde zur Wahl gebloggt.

Ziel der Studie ist es insbesondere, ein möglichst genaues Bild der zwischen einzelnen Weblogs bestehenden Verbindungen zu zeichnen. Zu diesem Zweck werden erfasste Weblogs u.a. kategorisiert, Subgruppen identifiziert und auf ihre Linkstrukturen hin untersucht. Ausgangspunkte für die Rekonstruktion jeweiliger Netzwerke bilden dabei auf Weblogs enthaltene Blogrolls,² durch Weblog-Einträge publizierte Links sowie Kommentare und Trackbacks. Ferner sollen zusätzliche Inhaltsanalysen durchgeführt werden, die es ermöglichen, Themenkonjunkturen sowie die individuelle und kollektive Relevanz von Themen und Beiträgen näher zu bestimmen. Kommunikationssoziologische Grundlage der Untersuchung bilden Theorie und Ansatz des „Communication-Oriented Modeling (COM)“ (vgl. Albrecht et al. 2005, Malsch/Schlieder 2004 sowie Schmitt 2005). Die in den Weblogs ablaufenden Kommunikationsprozesse werden gemäß den Grundlagen des COM in erster Linie als Nachrichten-Referenz-Netzwerke („message reference networks“) aufgefasst und rekonstruiert. Diese

¹ Besonderer Dank gilt für die großartige Unterstützung bei der Erhebung der Daten Dr. Klaus Stein (Universität Bamberg), Björn Greve, Jan Hillebrandt und Judith Muster.

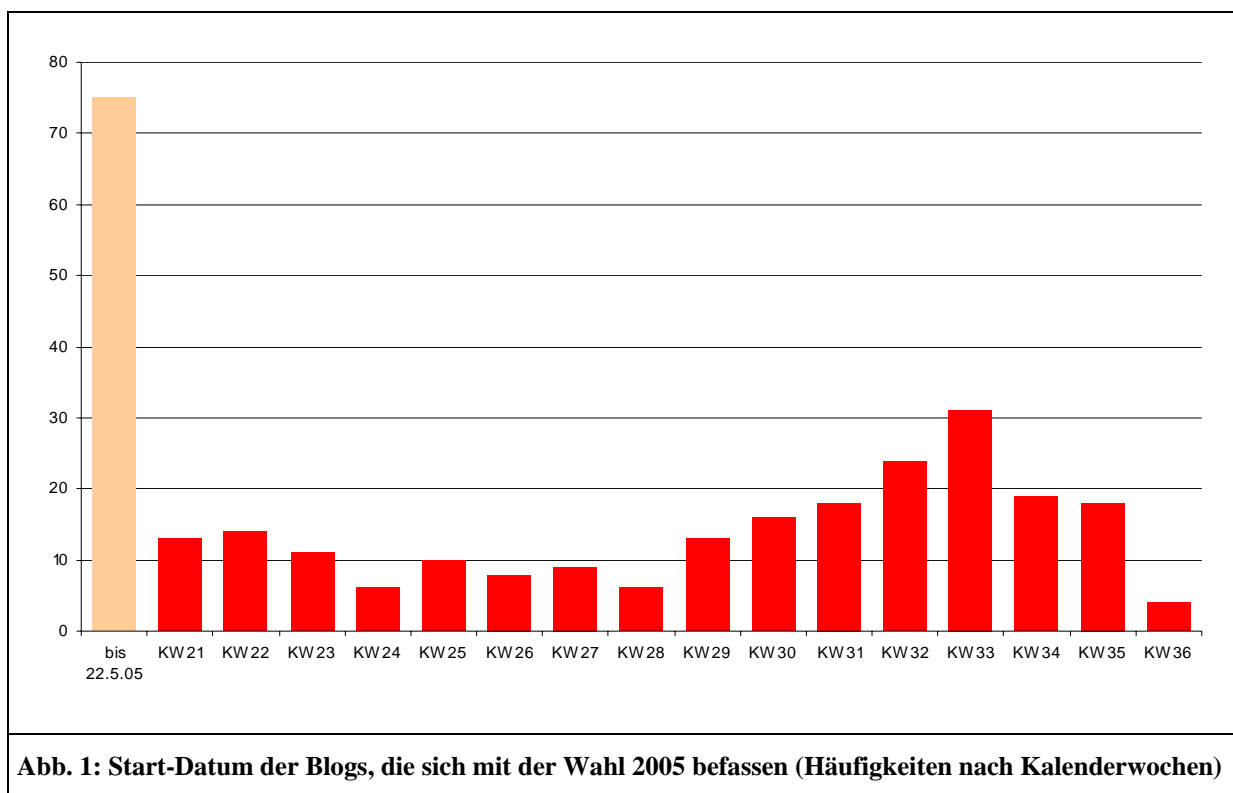
² Unter einer „Blogroll“ versteht man eine Liste von Links zu anderen Weblogs, die – meist an prominenter Stelle – auf einem Weblog erscheint und die Navigation durch die Blogosphäre erleichtert. Der Begriff leitet sich ab von „logrolling“, einer Bezeichnung für den Tausch von Stimmen in politischen Gremien.

können sowohl im Hinblick auf die Eigenschaften einzelner Nachrichten, auf die Eigenschaften der zwischen diesen Nachrichten bestehenden Referenzen als auch auf die allgemeinen Struktureigenschaften des Gesamtnetzwerkes hin untersucht werden.

2 Erste Ergebnisse der Studie

Mit unserer Studie versuchen wir, die Sphäre der mit der Bundestagswahl 2005 befassten Weblogs in ihrer Gesamtheit zu erfassen. Wir wenden bei der Recherche eine Kombination aus Schneeballsystem und dem Zugang über Verzeichnisse an, von der anzunehmen ist, dass sich die jeweiligen Schwächen gegenseitig aufheben. Insgesamt erfasst unsere Studie 316 Weblogs, die sich ausschließlich oder mehr als nur nebensächlich mit dem Thema Bundestagswahl 2005 auseinandersetzen. Aus Gründen der Vollständigkeit sind darunter auch Weblogs vertreten, die bei schärferer Definition eventuell nicht zur Wahl-Blogosphäre zu zählen sind. Daher stellt diese Zahl nur einen Orientierungswert für den Umfang der Studie dar. Sie macht aber deutlich, dass sich Blogs als Komponente des Online-Wahlkampfes etabliert haben.

Von den online geschalteten Blogs im Sample wurden 295 tatsächlich mit Beiträgen gefüllt. Bei 75 Blogs handelt es sich um bereits vor dem Wahlkampf eingerichtete politische Weblogs, 220 Blogs sind im Zeitraum zwischen der Ankündigung von Neuwahlen durch Bundeskanzler Schröder und dem Wahltag entstanden. Die Abbildung 1 zeigt den Wachstumsprozess der Wahlblogs und offenbart einen Peak in der Mitte des Augusts, also gut einen Monat vor dem Wahltermin.



Aus kommunikationstheoretischer Sicht ist auch die zeitliche Dimension der Weblogs interessant. Da wir vermuten, dass sich im Laufe des Wahlkampfs auch Veränderungen auf der Ebene der Blogrolls ergeben, führen wir eine Längsschnitterhebung durch. Seit dem 14. Juli 2005 wurden in zunächst zwei-, dann einwöchigem Rhythmus die Weblogs mit ihren Blogrolls erhoben. Die Beiträge in den Blogs mit ihren Verweisen sowie den Kommentaren wurden unmittelbar nach der Wahl durch einen Web-Crawl erfasst. Obwohl es möglicherweise auch Veränderungen an den Beiträgen selbst geben kann, erfassen wir die Beitragsdynamik aus forschungsökonomischen Gründen nur retrospektiv über die in den Postings angegebenen Datumsangaben. Schließlich wird nach der Wahl kontinuierlich überprüft, welche Weblogs weiterhin online geschaltet sind.

Insgesamt 200 Blogs sind als reine Wahlblogs zu betrachten, d.h. ihr Themenspektrum ist auf die Bundestagswahl und den Wahlkampf eingegrenzt. Die übrigen behandeln darüber hinaus weitere politische Themen sowie Ereignisse in der Blogosphäre oder dem Internet. Die größte Aufmerksamkeit in den klassischen Medien wurde dabei den reinen Wahlblogs zuteil, und unter diesen den überparteilich ausgerichteten, zu denen z.B. „wahlblog.de“, „wahlblog05.de“ und „lautgeben.de“ als prominenteste zu zählen sind. Dies bildet jedoch nicht unbedingt das Leseverhalten ab, hier liegen allgemein politische Blogs weiterhin vorn.³

Bei der Ausbreitung von Blogs im Wahlkampf dürfte eine große Rolle gespielt haben, dass verschiedene Plattformen Politikern und Unterstützern den Weg in die Blogosphäre leicht gemacht haben. Als Beispiele für allgemein zugängliche Plattformen seien hier „wahl.de“ (Weblogs für Politiker) und „roteblogs.de“ (Weblogs für SPD-Unterstützer) genannt. Exklusiver gestaltete sich der Auftritt bei den von Medien wie Focus-Online, AOL oder „politiker-screen.de“ bereitgestellten Blogs. Insgesamt dürfte es für Politiker noch nie so leicht gewesen sein, ein Weblog ins Netz zu stellen.⁴ Im März 2005 – also noch ohne Berücksichtigung von vorgezogenen Neuwahlen – hatte der e-Democracy Experte Christoph Dowe im Weblog „Metablocker“ von Politik-digital gewettet, „dass es bis Ende des Jahres weiterhin weniger als 10 Weblogs von Mitgliedern des Bundestags“ geben werde.⁵ Im Zuge des Wahlkampfs sind inzwischen mindestens 30 Mitglieder des Bundestags mit einem Blog vertreten – wobei viele explizit als Wahlkampf-Aktivität geführt werden und wohl keinen dauerhaften Bestand haben dürften. Erste Abgeordnete haben ihr Blog bereits unmittelbar nach der Wahl eingestellt und alle Beiträge gelöscht. Das Weblog-Format scheint aber gerade auch für Kandidaten für einen Sitz im Bundestag attraktiv zu sein. Sie stellen mit über 80 Weblogs eine noch größere Fraktion der Wahl-Blogosphäre dar.

³ Laut Zahlen von Blogcounter.de für den 14.9.05. Diese Zahlen sind jedoch – wie alle Logfile-Daten – nur eingeschränkt aussagekräftig, weshalb sie unter Bloggern auch einen zwiespältigen Ruf genießen.

⁴ Der Blog-Anbieter wahl.de bot sogar an, Beiträge via Telefon anzunehmen und dann online zu stellen (vgl. <http://www.golem.de/0508/39606.html>, Stand: 14.10.2005).

⁵ <http://www.politik-digital.de/metablocker/archives/322-Wette-gilt-poldi-gegen-Heiko-Hebig.html> (Stand: 14.10.2005).

An diesen vorläufigen quantitativen Überblick schließen sich sofort Überlegungen nach der Aufmerksamkeitsökonomie des Internetwahlkampfes an. Wer soll die beinahe 100 Blogs der Politiker lesen, wer die Reflexionen und Kommentare der bloggenden Wahlkampf-Beobachter, wenn daneben auch noch die Online-Berichterstattung der traditionellen Medien verfolgt werden will und andere online-spezifische Formate wie Diskussionsforen oder Websites wie „kandidatenwatch.de“ zur Partizipation aufrufen? Hypothetisch kann einerseits eine Zentralisierung des Angebots angenommen werden. Eine solche wird auch von den verfügbaren Überblicks-Dienstleistern der Blogosphäre unterstützt, die mit der Veröffentlichung von Hitlisten und Besucherzahlen Einfluss auf die Sichtbarkeit bestimmter Blogs nehmen. Andererseits ist auch eine Fragmentierung der Nachfrage nach Blogs vorstellbar, nach der jedes Blog eine spezifische – dann z.B. regional nach Wahlkreisen oder soziokulturell nach Milieus ausdifferenzierte – Zielgruppe von Lesern erreicht. Diese Frage soll im weiteren Verlauf der Studie mit den Mitteln des „Communication-Oriented Modeling“ untersucht werden.

Was die praktische Nutzung der Weblogs als Kommunikationsmittel angeht, können zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch keine Ergebnisse präsentiert werden. Allerdings wirft die kontinuierliche Beobachtung der Blogroll-Verlinkung ein interessantes Licht auf die Dynamik dieses Teils der Blogosphäre und auf methodische Konsequenzen. Zunächst ist festzuhalten, dass weniger als die Hälfte der in der Studie untersuchten Blogs überhaupt eine Blogroll aufweist. Auf der statischen Ebene binden sich somit nur relativ wenige Blogs in das Netzwerk ein, das die Blogosphäre bildet. Die Blogrolls sind dabei sehr unterschiedlich in ihrer Länge. Sie reichen von einem bis zu 122 Einträgen, der Mittelwert liegt bei 22,4.

Diese Streuung ist nach unserer Einschätzung Ausdruck einer ganz unterschiedlichen sozialen Bedeutung der Blogroll. Sie kann (besonders bei großer Länge) Ausdruck der (überlegenen) Kenntnis der Blogosphäre sein, aber ebenso gut auch Vergabe von Sichtbarkeit an andere Blog-Betreiber, denen sich der Blogger verbunden fühlt. Insbesondere SPD-Blogs haben sich offenbar die Strategie zugelegt, auf möglichst viele andere SPD-Blogs zu verweisen, was durch die Verwendung einer eigenen Plattform unterstützt wurde. Die Blogroll erfüllt aber auch – entsprechend der Filter-Funktion von Weblogs (Burg 2004) – den Zweck einer thematischen Ordnung der Blogosphäre, besonders wenn sie mit Zwischentiteln oder einer Ordnerstruktur versehen wird.

In der Literatur herrscht die Sichtweise vor, dass ein Eintrag in einer Blogroll Ausdruck von Wertschätzung darstellt (Drezner/Farrell 2004, vgl. auch Marlow 2004). Dafür hat unsere kontinuierliche Beobachtung der Blogrolls auch Belege erbracht. Zum Beispiel verlor ein Blogger infolge zugespitzter Äußerungen und abweichender Themen die Gunst von ihm im Grund politisch nahestehenden Bloggern. In der Folge wurde er aus deren Blogrolls gelöscht und gebeten, auch in seiner Blogroll Verweise auf diese Blogs zu entfernen. Seine Kommunikationsbeiträge hatten also eine – wenngleich nur relative – soziale Isolation zur Folge. Allerdings ergab unsere Untersuchung auch, dass es Blog-Praktiken gibt, die Blogrolls offenbar eine andere soziale Bedeutung zuschreiben, und dass diese sogar in der Mehrzahl der Blogs vertreten sind. Blogrolls dienen ebenso als Navigationshilfe zu thematisch verwandten Seiten als auch als Beleg dafür, wie gut sich der Autor in der Blogosphäre auskennt. Vor diesem Hintergrund erscheint es fragwürdig, Blogroll-Einträge technisch über einen Kamm zu sche-

ren, indem sie zur Grundlage von Analyse-Tools wie z.B. „Blogstreet“ (www.blogstreet.com) gemacht werden.

3 Methodische Probleme und methodischer Ertrag

Als Einblick in ein noch laufendes Forschungsprojekt sind diese ersten Ergebnisse als vorläufige zu betrachten. Sowohl die Erhebung als auch die formale bzw. inhaltliche Kategorisierung sind noch nicht abgeschlossen. Bereits jetzt kann allerdings festgehalten werden, dass Weblog-Beobachtungen aus methodischen Gründen immer mit Vorläufigkeit behaftet sind. Denn wie das World Wide Web kann die Blogosphäre nicht als persistentes Forschungsobjekt, sondern bestenfalls als „moving target“ begriffen werden (vgl. McMillan 2000).

Im Laufe unserer Beobachtung fanden wir Veränderungen auf allen drei Kommunikations-ebenen vor: dem Blog als ganzem, den einzelnen Beiträgen sowie den Kommentaren. Weblogs entstehen (s. oben) und vergehen,⁶ ihre Blogrolls werden erweitert, verkürzt oder ganz aus dem Angebot genommen.⁷ Von diesen Veränderungen ist die gesamte Struktur des jeweiligen Ausschnitts der Blogosphäre betroffen. Methodisch wäre daher eine möglichst zeitnahe Dauerbeobachtung geboten, die aus praktischen Gründen jedoch schnell an ihre Grenzen stößt. RSS-Feeds sind für dieses Problem keine Lösung, da nicht alle Wahlkampf-Blogs dieses Feature nutzen.

Auch auf der Beitragsebene ist im Grunde eine Dauerbeobachtung notwendig, da Beiträge des öfteren im Laufe der Zeit in ihrem Inhalt geändert werden. Ein Weblog ist nur oberflächlich eine absteigend chronologisch sortierte Liste von Beiträgen, faktisch gehen die Betreiber recht frei mit den technischen Möglichkeiten der Veränderung um und dokumentieren solche Veränderungen nicht immer. Für die Kommunikation bedeutet aber jede Veränderung an Beiträgen einen neuen Impuls, der spezifische Konsequenzen haben kann und daher beobachtet werden sollte.

Schließlich stellt die Kommentar-Ebene eine weitere Achilles-Ferse für Studien der hier unternommenen Art dar. Zum einen sind Kommentare schlechter erfassbar als Beiträge. Nicht alle Blogs erlauben Kommentare, RSS-Feeds für Kommentare sind noch seltener als für Beiträge, und Kommentare werden häufiger gelöscht oder verändert als Beiträge. Prominentestes Beispiel für Eingriffe in die Kommentar-Kommunikation dürfte das Weblog der CSU gewesen sein, dass sich mit massiven Vorwürfen der Zensur konfrontiert sah. Weblogs stellen also keineswegs digitale Dokumente dar, die miteinander vernetzt sind, sondern verändern sich ähnlich wie Websites, nur mit höherem Tempo. In der Forschungspraxis wird man dieser Dynamik immer mit einem den jeweiligen Erkenntnisinteressen angepassten Beobachtungsintervall begegnen müssen. Methodisch ist bedeutend, dass Weblogs ebenso wenig wie Websites zeitstabilen Charakter haben, sondern auch in ihren anscheinenden Fixpunkten – durch Permalinks gefestigte Beiträge – Wandlungsbereitschaft aufweisen.

⁶ Als Beispiel kann ein scheinbar der Linkspartei zugehöriges Weblog gelten (<http://linkspartei.blog.de>, Stand: 14.10.05), dessen Beiträge im Lauf des Wahlkampfs komplett gelöscht wurden.

⁷ So geschehen in der letzten Wahlkampf-Woche bei allen „roten Blogs“ der SPD.

Ein zweites methodisches Problem betrifft die Bestimmung des Begriffs Weblog, die in der Literatur nicht zufriedenstellend geklärt ist. Eine – häufig zitierte und verwendete – unscharfe Definition wie die von Herring et al. (2005b), die Weblogs als „web-based journals in which entries are displayed in reverse chronological order“ charakterisieren, reicht als Kriterium für die empirische Analyse nicht aus. Denn unter einen solchen Begriff fallen zum Beispiel auch die News-Seiten der Parteien, die mit dem Genre „Weblog“ wenig zu tun haben. Auch die Erweiterung der Kriterien um das Angebot von Kommentar-Funktion oder Trackbacks verengt die Auswahl nur, bleibt aber ohne inhaltliche bzw. stilistische Relevanz. Interessant ist noch das zusätzliche, selbstreferenzielle Kriterium, ein Weblog müsse sich als Weblog ausweisen um als solches zu gelten (Perschke 2005). Damit lassen sich zwar die nur technisch als Weblog geführten Websites von den tatsächlichen Weblogs unterscheiden, allerdings liefert sich der Forscher / die Forscherin damit der Willkür des Betreibers aus und versäumt es unter Umständen, viele Blogs, die nicht als solche kenntlich gemacht sind, zu erfassen.

Unsere Beobachtung der Wahlblogs zeigt, dass Weblogs als technisches Medium und Weblogs als Form bzw. Praxis der Kommunikation zwei getrennt zu behandelnde Dimensionen sind. Die Technik ist keineswegs eine unabhängige Variable, die einen bestimmten Einfluss auf die Kommunikation ausübt. Vielmehr kann eine bestimmte Technologie ganz unterschiedlich genutzt werden, und dementsprechend ganz unterschiedliche kommunikative Konsequenzen nach sich ziehen (vgl. dazu Albrecht 2006, Schmidt 2005). Das interessante dabei sind – kommunikationssoziologisch – die Kommunikationsformen, die am Ende entstehen, sowie – techniksoziologisch – das Spannungsverhältnis zwischen technischen Möglichkeiten und sozialer Nutzungspraktik.

Schließlich wirft unsere Studie auch ein Licht auf die Sampling-Problematik von Weblog-Untersuchungen. Viele empirische Studien bedienen sich einer Auswahl von Weblogs, was in Anbetracht der großen Zahl von Blogs zukünftig die einzige Möglichkeit der repräsentativen Erforschung der gesamten Blogosphäre darstellt. Unser Versuch einer Totalerhebung eines thematisch abgegrenzten Ausschnitts der Blogosphäre hat gezeigt, wie schwer es ist, einen Überblick über die Grundgesamtheit zu gewinnen. Wir haben es hier mit einem Eisberg-Problem zu tun: der interessierende Gegenstand ist der gesamte Eisberg, sichtbar und damit der empirischen Erforschung zugänglich ist jedoch nur ein geringer Teil der Blogs.⁸ Die Blogs beziehen ihre Sichtbarkeit dabei aus der Nennung in Listen sowie Verweisen in Blogrolls. Allerdings waren nur ca. 55 Prozent der Blogs in unserer Studie in den beiden wichtigsten Listen⁹ enthalten. Auch wenn sich im Einzelfall argumentieren lässt, dass manche Blogs nicht im engeren Sinne als Wahlblogs zu werten sind, bleiben vor allem zwei Gruppen wenig sichtbar: politisch abgelehnte Blogs wie z.B. NPD-nahe (von denen eines gefunden wurde) sowie einzelne Kandidaten, die ihre Blog-Aktivität nicht öffentlich bewerben. Demgegenüber hatten offenbar vor allem frühe Starter und prominente Blogger bzw. Institutionen eine gute Chance, in den Listen aufgeführt zu werden.

⁸ Zu Begriff und Bedeutung von Sichtbarkeit im Internet vgl. Malsch 2005.

⁹ Vgl. Politik-digital: <http://www.politik-digital.de/edemocracy/wahlkampf/bundestagswahl05/linkliste-wahlblogs050609.shtml>, Stand: 14.10.2005; Politik & Kommunikation: <http://www.politik-kommunikation.de/kampagne05/tipps/wahlblogs.php>, Stand: 14.10.2005.

Diese Beobachtung verweist auf einen grundlegenden Bias aller Studien, die sich solcher Listen zur Auswahl des Untersuchungsgegenstandes bedienen. Andererseits sind auch Listen, die ein technisches Auswahlkriterium (Ping bzw. RSS-Feeds) zugrunde legen, von einem Bias geprägt. Sie sind zwar inhaltlich neutral und nicht sichtbarkeitsabhängig, unterliegen dafür aber dem bereits oben angesprochenen Problem der Diskrepanz von technischer und sozialer Dimension von Weblogs. Nicht alle Weblogs im Wahlkampf nutzen RSS-Feeds, und nicht wenige waren individuell programmierte Webseiten, die keine der verfügbaren Weblog-Software nutzten.¹⁰ Wie bereits Danah Boyd festgestellt hat, ist eine neutrale Erfassung von Weblogs durch Software-Algorithmen nicht möglich (Boyd 2005).

Diese Überlegungen stellen zum einen eine Herausforderung für alle empirischen Untersuchungen von Weblogs dar. Sie müssen eine zufriedenstellende Antwort auf das Eisberg-Problem finden. Zum anderen werfen sie ein kritisches Licht auf bisherige Weblog-Studien, sofern diese sich bei der Auswahl ihres Gegenstandes auf einschlägige Listen stützen. Ihre Ergebnisse sind insofern zu relativieren, als sie eine Art „Elitenforschung“ der Blogosphäre betreiben, deren Ergebnisse nur bedingt auf die Gesamtheit von Weblogs zu übertragen sind.

4 Kommunikationsanschlüsse – Analysen

Ziel der weiteren Forschungsarbeiten ist es, Struktur und Dynamik jenes politischen Diskursraumes der Politik- und Wahlweblogs zu erforschen, welcher mit dem Bundestagswahlkampf 2005 in der Blogosphäre entstanden ist. Neben der statistisch-deskriptiv orientierten Auswertung des erhobenen Samples ist die kommunikationssoziologisch angeleitete Analyse der beobachteten Kommunikationsprozesse Schwerpunkt der Forschung.

(1) Mit Bezug zu den bereits in den USA durchgeführten Forschungsarbeiten zu Weblogs und Weblogging im Präsidentschaftswahlkampf 2004 sowie zu Weblogs mit politischen Inhalten im Allgemeinen (vgl. u.a. Cornfield et al. 2005, Adamic/Glance 2005 sowie Drezner/Farrell 2004) steht zur Zeit die Untersuchung der „linking practices“ der Bloggerinnen und Blogger im Mittelpunkt unserer Analysen. Ihre politische Ausrichtung, ihren Autor bzw. ihre Autorin/Autoren und ihren Typus berücksichtigend, sollen die erfassten Weblogs zunächst im Hinblick auf sowohl innerhalb erfasster Cluster als auch zwischen einzelnen Clustern realisierte Verlinkungen hin untersucht werden. Hierbei ist vor allem zwischen zwei Typen von Netzen zu unterscheiden, welche es getrennt zu rekonstruieren gilt: zwischen (1) jenen Netzen von Weblogs, welche eine unmittelbare Folge des Setzens von Blogrolls sind und (2) jenen Netzstrukturen, die als beobachtbare Resultate des Kommunikations- und Diskussionsverhaltens auf Basis von Posting/Link/Permalink und Trackbacks erschaffen wurden („Zitationsnetzwerke“). Ziel ist es u.a., die Nachbarschaftsverhältnisse der kategorisierten Weblogs zu klären. Wohin verweisen jene Links, die von einem Weblog ausgehen? Welche Weblogs sorgen für Verbindungen zwischen unterschiedlichen Netzen, indem sie als Schnittstellen fungieren? Verlinken sozialdemokratische, konservative, liberale, grüne etc. Weblogs überwiegend Websites und andere Blogs, die ebenfalls jenem politischen Milieu zugerechnet werden können, welches die eigene Blog-Identität bestimmt? Lassen sich gar Ansätze zur oder Formen

¹⁰ Zu ähnlichen Ergebnissen gelangen Herring et al. (2005a).

einer „Cyberbalkanization“¹¹ beobachten? Oder gestaltet sich die Praxis des Verlinkens doch offener, als im ersten Moment vielleicht zu vermuten wäre? Auch die Dynamik der einzelnen Cluster bzw. Netze ist zu analysieren, indem diese für unterschiedliche Zeitpunkte im Wahlkampf rekonstruiert und ihre Charakteristika miteinander verglichen werden.

(2) Ferner sind einzelne Weblogs und Subgruppen von Weblogs quantitativ zu vergleichen, indem festgehalten wird, in welchem Umfang Postings, Kommentare, Trackbacks etc. auf den einzelnen Weblogs enthalten sind. Kennzahlen dieser Art sollen genutzt werden, um weiterführende Klassifizierungen vornehmen zu können.

(3) In einem weiteren Arbeitsschritt beabsichtigen wir, die unter (1) und (2) beschriebenen Analysen zu vertiefen, indem die Inhalte von Postings und Kommentaren sowie jene Inhalte, die sich hinter den in Weblog-Einträgen geposteten Links „verbergen“ einer Inhaltsanalyse unterzogen werden. In diesem Arbeitsschritt soll u.a. geklärt werden, woraus sich Diskussionen im von uns betrachteten Ausschnitt der deutschsprachigen Blogosphäre speisen. Wie werden im Zuge des Wahlkampfes interessierende und bedeutende Themen aufgegriffen und auf welche Quellen beziehen sich Bloggerinnen und Blogger? Wie wird auf diese Quellen in der Kommunikation Bezug genommen? Mit der Bearbeitung dieser spezifischen Fragen sollen jene Forschungen fortgesetzt werden, welche bereits mit „Zukunft: Weblog?!“ (Perschke/Lübcke 2005) begonnen wurden. In diesem Zusammenhang interessiert vor allem die Frage, in welchen Umfang Bloggende von ubiquitär verfügbaren, medien-industriell produzierten Informationsangeboten Gebrauch machen und welche Rolle auf anderen Weblogs generierte Informationsgehalte für die Entstehung und die Entwicklung von in der Blogosphäre verteilt geführten Diskussionen spielen.

(4) Inhaltsanalysen sollen ferner helfen zu erörtern, auf welche Art und Weise die Dynamik des Wahlkampfes die Dynamik bloggestützter Kommunikationsprozesse zu beeinflussen vermochte. Hierzu sollen in einem ersten Schritt Themenkonjunkturen im von uns erfassten Ausschnitt der deutschsprachigen Blogosphäre herausgearbeitet werden, um hieran anschließend in vergleichender Perspektive prüfen zu können, ob und in welchem Umfang Diskussionen in der politischen Blogosphäre in Anbindung an öffentliche Themenkonjunkturen und Diskussionsprozesse geführt worden sind oder auch nicht. Ziel dieser Untersuchungen ist es, die Diffusion und Evolution von Themen nachzuvollziehen und zu erklären. Unter Einbeziehung des COM-Ansatzes sollen zu einem späteren Zeitpunkt in einem weiteren Untersuchungsschritt Themensichtbarkeiten (vgl. Kiefer 2005) ermittelt werden, welche eine dezidierte Bestimmung der kollektiven Relevanz einzelner Themen ermöglichen.

¹¹ Der Begriff „Cyberbalkanization“ bezeichnet den Prozess der Abschottung von Internet-NutzerInnen gegenüber eigenen Vorstellungen und Ansichten widersprechenden Informationen oder Meinungen. Mit Blick auf die von Prozessen der Cyberbalkanization ausgehenden Gefahren heißt es bei Marshall Van Alstyn und Erik Brynjolfsson: „Internet users can seek out interactions with like-minded individuals who have similar values, and thus become less likely to trust important decisions to people whose values differ from their own.“ (Van Alstyn und Brynjolfsson 1997, S. 24). Vgl. dazu auch Sunstein (2001).

Literatur

- Abold, Roland*, 2005, Wahlkampf in der Blogosphäre – Weblogs im Vorfeld der Bundestagswahl 2005, Bamberger Centrum für Europäische Studien, Otto-Friedrich-Universität Bamberg, Discussion Paper No. 9. Online verfügbar: <http://web.uni-bamberg.de/sowi/polsociology/forschung/publications/discussionpaper9.pdf>, Stand: 14. Oktober 2005.
- Adamic, Lada und Natalie Glance*, 2005, The Political Blogosphere and the 2004 U.S. Election: Divided They Blog. Vortrag, 2nd Annual Workshop on the Weblogging Ecosystem - Aggregation, Analysis and Dynamics, 10. Mai 2005, Chiba, Japan. Online verfügbar: <http://www.blogpulse.com/papers/2005/AdamicGlanceBlogWWW.pdf>, Stand: 14. Oktober 2005.
- Albrecht, Steffen*, 2006, Whose voice is heard in online deliberation? A study of participation and representation in political debates on the Internet, erscheint in *Information, Communication & Society*.
- Albrecht, Steffen; Maren Lübcke, Thomas Malsch und Christoph Schlieder*, 2005, Scalability and the Social Dynamics of Communication. On Comparing SNA and COM as Models of Communication Networks, in: Klaus Fischer (Hg.): *Socionics: Its Contributions to the Scalability of Complex Social Systems*. Berlin, Heidelberg, New York. Springer (im Druck).
- Boyd, Danah*, 2005, The Biases of Links. Online-Publikation: http://www.corante.com/many/archives/2005/08/08/the_biases_of_links.php, Stand: 14. Oktober 2005.
- Burg, Thomas N.*, 2004, Monster Media – Zum Neuartigen angesichts von Weblogs. Skizzen zu Zentrum und Peripherie als heuristische Metaphern angesichts innovativer Publikations- und Kommunikationspraktiken im Web. Online-Publikation: <http://randgaenge.net/gems/PDF/MonsterMediaDeutsch.pdf>, Stand: 14. Oktober 2005.
- Cornfield, Michael; Jonathan Carson, Alison Kalis und Emily Simon*, 2005, Buzz, Blogs, and Beyond. The Internet and the National Discourse in the Fall of 2004. Pew Internet and American Life Project/BuzzMetrics. Online verfügbar: http://www.pewinternet.org/ppt/BUZZ_BLOGS__BEYOND_Final05-16-05.pdf, Stand: 14. Oktober 2005.
- Drezner, Daniel W. und Henry Farrell*, 2004, The Power and Politics of Blogs. Vortrag, Annual meeting of the American Political Science Association, 2. September 2004, Chicago, IL: Online verfügbar: <http://www.utoronto.ca/~farrell/blogpaperfinal.pdf>, Stand: 14. Oktober 2005.
- Herring, Susan C.; Lois Ann Scheidt, Sabrina Bonus und Elijah Wright*, 2005a, Weblogs as a bridging genre, *Information Technology and People* 18.2: 142-171.
- Herring, Susan C.; Inna Kouper, John C. Paolillo, Lois Ann Scheidt, Michael Tyworth, Peter Welsch, Elijah Wright und Ning Yu*, 2005b, Conversations in the Blogosphere. An Analysis "From the Bottom Up". Proceedings of the Thirty-Eighth Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-38). Los Alamitos. IEEE Press. Online verfügbar: <http://www.blogninja.com/hicss05.blogconv.pdf>, Stand: 14. Oktober 2005.

Ito, Joichi, 2004, Weblogs and Emergent Democracy. Edited by Jon Lebkowsky. Version 3.2. Online-Publikation: <http://joi.ito.com/static/emergentdemocracy.html>, Stand: 14. Oktober 2005.

Kiefer, Peter, 2005, Softwaregestützte Analyse der Sichtbarkeit von Themen in internetbasierten Kommunikationsprozessen. Diplomarbeit. [Masch. – schr.] Bamberg.

Malsch, Thomas, 2005, Kommunikationsanschlüsse – Zur soziologischen Differenz von realer und künstlicher Sozialität. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Malsch, Thomas und Christoph Schlieder, 2004, Communication without Agents? From Agent-Oriented to Communication-Oriented Modeling. In: Gabriela Lindemann, Daniel Moldt und Mario Paolucci (Hg.): Regulated Agent-Based Social Systems. First International Workshop, RASTA 2002, Bologna, Italy, July 16, 2002. Revised Selected and Invited Papers. Berlin, Heidelberg, New York. Springer-Verlag. S. 113-133.

Marlow, Cameron, 2004, Audience, structure and authority in the weblog community, Vortrag, International Communication Association Conference, Mai 2004, New Orleans, LA.

McMillan, Sally J., 2000, The Microscope and the Moving Target: The Challenge of Applying Content Analysis to the World Wide Web, Journalism & Mass Communication Quarterly 77: 80-98.

Patalong, Frank, Alles viel zu wichtig. Spiegel-Online. Online-Publikation: <http://www.spiegel.de/netzwelt/politik/0,1518,374466,00.html>, Stand: 14. Oktober 2005.

Perschke, Rasco, 2005, Weblogs – Ein neuer Typus der Internet-Kommunikation? Working Paper. Hamburg. Arbeitsbereich Technikbewertung und Technikgestaltung. [Masch. – schr.] Technische Universität Hamburg-Harburg.

Perschke, Rasco und Maren Lübcke, 2005, Zukunft Weblog?! – Lesen, Schreiben und die Materialität der Kommunikation. Anmerkungen zu einem neuen Typus der Online-Kommunikation aus kommunikationstheoretischer Sicht. In: Schmidt, Jan / Schönberger, Klaus / Stegbauer, Christian (Hrsg.): Erkundungen des Bloggens. Sozialwissenschaftliche Ansätze und Perspektiven der Weblogforschung. Sonderausgabe von kommunikation@gesellschaft, Jg. 6. Online-Publikation: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B7_2005_Perschke_Lübcke.pdf.

Schmidt, Jan, 2005, Praktiken des Bloggens. Strukturierungsprinzipien der Online-Kommunikation am Beispiel von Weblogs. Berichte der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“, Nr. 05-01. Bamberg. Online verfügbar: <http://www.bamberg-gewinnt.de/wordpress/wp-content/pdf/PraktikenDesBloggens.pdf>, Stand: 14. Oktober 2005.

Schmitt, Marco, 2004, Communication-oriented Modelling – Transforming the Social Visibility of Communication Processes into Cognitive Visibility. Vortrag, COSIGN-2004, 14.-16. September 2004, University of Split, Kroatien.

Sunstein, Cass, 2001, Republic.com, Princeton: Princeton University Press.

Van Alstyn, Marshall und Erik Brynjolfsson, 1997, Electronic Communities: Global Village or Cyberbalkans? MIT Sloan School. Cambridge, MA. Online verfügbar:
<http://web.mit.edu/marshall/www/papers/CyberBalkans.pdf>, Stand: 14. Oktober 2005.

Kontakt zu den AutorInnen:

Arbeitsbereich Technikbewertung und Technikgestaltung

Technische Universität Hamburg-Harburg

21071 Hamburg

Steffen Albrecht (steffen.albrecht@tu-harburg.de)

Maren Lübcke (maren.luebcke@tu-harburg.de)

Rasco Perschke (perschke@tu-harburg.de)

Marco Schmitt (marco.schmitt@tu-harburg.de)

Bitte diesen Artikel wie folgt zitieren:

Albrecht, Steffen; Maren Lübcke; Rasco Perschke; Marco Schmitt (2005): "Hier entsteht eine neue Internetpräsenz" – Weblogs im Bundestagswahlkampf 2005. In: Schmidt, Jan / Schönberger, Klaus / Stegbauer, Christian (Hrsg.): Erkundungen des Bloggens. Sozialwissenschaftliche Ansätze und Perspektiven der Weblogforschung. Sonderausgabe von *kommunikation@gesellschaft*, Jg. 6. Online-Publikation: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/F1_2005_Albrecht_Luebcke_Perschke_Schmitt.pdf