

Jan Schmidt

Weblogs

Eine kommunikations-
soziologische Studie

UVK Verlagsgesellschaft mbH

2 Grundlagen der Weblogforschung

In Verlauf weniger Jahre haben sich Weblogs als Medienformat im Internet etabliert. Es handelt sich bei ihnen um regelmäßig aktualisierte Webseiten, die bestimmte Inhalte (zumeist Texte beliebiger Länge, aber auch Bilder oder andere multimediale 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 sich Netzwerke von untereinander verbundenen Texten und Webseiten heraus; die Gesamtheit aller Weblogs wird auch als „Blogosphäre“ bezeichnet. Um die folgenden Kapitel vorzubereiten, zeichnet der nächste Abschnitt das qualitative Wachstum der Blogosphäre nach und fasst vorliegende Erkenntnisse zur Zusammensetzung der Autoren- und Leserschaft zusammen. Abschnitt 2.2 skizziert unterschiedliche disziplinäre Zugänge der akademischen Weblogforschung, während Abschnitt 2.3 verschiedene Methoden der empirischen Sozialforschung auf ihre Eignung für die Analyse von Weblogs diskutiert.

2.1 Entwicklung von Weblogs als Medienformat

Die Ursprünge von Weblogs lassen sich bis in die Anfänge des World Wide Web zurück verfolgen.² Jørn Barger prägte im Jahr 1997 den Begriff als Kombination von „Web“ und „Logbuch“; nach ihm ist ein Weblog eine „Web page where a Web logger ‚logs‘ all the other Web pages she finds interesting“ (zitiert nach Blood 2004, S. 54). Vorläufer von Weblogs gab es aber schon in der ersten Hälfte der 90er Jahre: Einzelpersonen wie Tim Berners-Lee (der „Vater des World Wide Web“) oder Organisationen wie das „National Center for Super-

² Weblogs haben aber auch Vorläufer in anderen Medien, die teilweise einige Jahrhunderte zurückreichen. Miller/Sheperd (2004) nennen neben den ursprünglichen Logbüchern von Schiffskapitänen oder Leuchtturmwärtern, die zum Aufzeichnen von Navigationsbewegungen dienten, vor allem Pamphlete und Flugblätter mit politischen Kommentaren, persönliche Tagebücher und „commonplace books“ oder (in neuerer Zeit) Ausschnitt- und „Media Monitoring“-Dienste. Vgl. zur „Archäologie des Bloggens“ auch Kantel 2002.

computing Applications“ (NCSA) unterhielten regelmäßig aktualisierte Webseiten, die als Informationsfilter für das rasch wachsende World Wide Web fungierten und Verweise auf interessante Online-Quellen enthielten. Mitte der 90er Jahre entstanden auch zahlreiche journal- oder tagebuchartige Webseiten, deren Schwerpunkt auf der Darstellung und Reflexion persönlicher Themen lag (vgl. McNeill 2003).

Während die frühen Weblogs mit herkömmlichen HTML- oder Web-Editoren erstellt wurden, automatisierten auf dem Höhepunkt des Internet-Booms erste Anbieter die technischen Aspekte der Gestaltung und Veröffentlichung von Weblogs: Zählte man noch zu Beginn des Jahres 1999 erst 23 Weblogs (vgl. Blood 2000), halfen Anbieter wie Pitas, LiveJournal und Blogger, dass sich das Genre über den ursprünglichen Kreis einer kleinen Gemeinschaft hinaus verbreitete. In dieser Zeit etablierten sich einige Standards, die heute noch die Form von Weblogs prägen (vgl. Blood 2000, 2004), darunter insbesondere der „permalink“: Einzelne abgeschlossene Einträge („postings“) sind durch eine eindeutige Web-Adresse auffind- und referenzierbar. Andere technische Features, wie zum Beispiel Trackbacks oder die Integration von RSS-Feeds (s.u.), folgten und trugen dazu bei, dass eine hochgradig intern und mit anderen Online-Inhalten vernetzte Blogosphäre entstand.

Zwei technische Alternativen für den Betrieb von Weblogs lassen sich unterscheiden (vgl. Westner 2005): Zum einen können sie als „stand-alone“-Angebot mit der Hilfe von vorgefertigten Skripten erstellt werden. Dazu muss der Autor ein Software-Paket auf einem eigenen Server oder auf eigenem Speicherplatz bei einem Provider installieren. Die bekanntesten Anwendungen dieser Art sind MovableType und Wordpress, doch es existieren zahlreiche weitere Systeme, die sich in Funktionsumfang und Verbreitung unterscheiden.³ Da die Installation und Wartung von Weblog-Skripten gewisse technische Kompetenzen voraussetzt, bieten verschiedene Dienstleister das *Weblog Hosting* an. Dazu registriert sich der Nutzer bei einem Dienst wie Livejournal.com, blogg.de oder 20six.de und kann in der Regel innerhalb von wenigen Minuten über ein eigenes Weblog verfügen. In der einfachen Version sind diese gehosteten Weblogs meist gratis (wobei sich viele Anbieter vorbehalten, Werbung einzublenden), während für erweiterte Funktionen und Speicherplatz monatliche Gebühren fällig werden.

In den vergangenen Jahren haben mehrere „Big Player“ des Internets ihr Portfolio um Weblog-Dienste erweitert. Nachdem Google 2003 Pyra Labs, das Unternehmen hinter Blogger.com, gekauft hatte, reagierten

³ Vgl. die Übersicht der Features von insgesamt 21 Skripten-Systemen unter <http://unblogbar.com/software>.

auch Konkurrenten wie Microsoft („MSN Spaces“; Start Ende 2004) oder Yahoo („Yahoo 360“; Start März 2005).⁴ Diese Dienste wenden sich vor allem an Nutzer, die vergleichsweise geringe Vorkenntnisse haben, und tragen so zur weiteren Verbreitung von Weblogs bei. Gleichzeitig führen sie diese mit anderen Anwendungen zusammen, weil man zum Beispiel direkt aus „Instant Messaging“-Diensten Texte im Weblog veröffentlichen kann. Für mehrere Systeme gibt es auch so genannte „Bookmarklets“, die in den eigenen Browser integriert werden und es erlauben, die URL einer interessanten Webseite mit einem Klick im eigenen Weblog zu annotieren und zu speichern.

Zwar sind Weblogs ein vorrangig textbasiertes Format, doch viele Autoren veröffentlichen zusätzlich Bilder oder „Podcasts“, also Audio-Dateien, die auf MP3-Spielern (wie dem namensgebenden iPod von Apple) angehört werden können. Dadurch erweitern sich die Darstellungsmöglichkeiten: „In a blogosphere that has grown largely on the written word, podcasts add a soundtrack“ (Baker 2005; vgl. auch Crofts et al. 2005). Texte und Fotos können inzwischen auch direkt vom Mobiltelefon aus veröffentlicht werden, wodurch die örtliche Unabhängigkeit des Autors steigt und neue Formen des „Mobile Blogging“ oder „Moblogging“ entstehen (vgl. Döring 2005; Goggin 2005).

Unstrittig ist, dass in den vergangenen Jahren die Anzahl der Weblogs rasant gewachsen ist. Exakte Zahlen sind jedoch schwer zu ermitteln, da verschiedene Abgrenzungs- und Messprobleme bestehen: Wie häufig muss eine Webseite aktualisiert werden, um als Weblog zu gelten? Ab wann kann ein Weblog als „inaktiv“ bezeichnet werden? Sind Kommentare ein notwendiger Bestandteil von Weblogs oder nicht? Die Anzahl der Weblogs auf Hosting-Plattformen ist relativ leicht zu ermitteln, sofern die Betreiber die Zahlen freigeben oder direkt auf ihren Seiten veröffentlichen, während die Anzahl von installierten Weblog-Skripten faktisch nicht zu bestimmen ist, weil kein zentrales Verzeichnis existiert. Man ist daher immer auf Schätzungen oder Behelfsvariablen angewiesen; auch die folgenden Zahlen sind eher als informierte Schätzung über Größenordnungen in der Blogosphäre zu verstehen denn als Versuch, exakte Zahlen zu benennen.

Eine weit verbreitete Methode zur Aggregation von Weblogdaten bedient sich des ping-Verfahrens: Bei entsprechender Konfiguration sendet ein Weblog bei neuen Inhalten ein kurzes Signal (den „Ping“) mit

⁴ Im Sommer 2005 integrierte T-Online Weblogs in ihr Angebot, stellte diese Möglichkeit aber nur kurze Zeit darauf im November 2005 wieder ein (vgl. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/66640>).

einigen Daten zur Aktualisierung an einen zentralen Server.⁵ Meta-Suchmaschinen wie technorati.com (25,3 Millionen Weblogs) oder blogpulse.com (21 Millionen Weblogs), die die Daten indizieren und für Suchabfragen aufbereiten, gehören zu den umfangreichsten Quellen für anbieterübergreifende Zahlen. Im deutschsprachigen Raum aggregiert blogstats.de Daten zu eingehenden Links und stellt verschiedene Suchfunktionen und Ranglisten zur Verfügung.⁶ Ende Juni 2005 waren dort etwa 61.000 Weblogs gelistet, die sich auf verschiedene Plattformen verteilten (vgl. Abbildung 1). Die Hälfte dieser Weblogs wurden von myblog.de gehostet; es folgten blogg.de, 20six und twoday.net. Unter die 16 Prozent „sonstige Bloganbieter“ fallen vor allem diejenigen Weblogs, die auf Stand-Alone-Skripten basieren. Allerdings sagen diese Werte noch nichts über die Aktivität der einzelnen Weblogs aus, denn blogstats.de gab im Sommer 2005 an, dass nur etwa 20.000 Weblogs innerhalb eines Monats mindestens einen Eintrag veröffentlicht hatten, (vgl. Abbildung 2). Das bedeutet, dass nur etwa ein Drittel der verzeichneten Weblogs zumindest gelegentlich aktualisiert wurde.

Verzeichnisse wie technorati.com oder blogstats.de basieren darauf, dass Weblogs mit technischen Mitteln erfasst und gezählt werden. Wenn ein Angebot kein Ping-Signal sendet, wird es in den Verzeichnissen auch nicht geführt, weswegen die Zahlen die tatsächliche Verbreitung von Weblogs tendenziell eher unterschätzen. Eine andere Methode ist, Anteile und absolute Zahlen aus einer Stichprobe hoch zu rechnen. Die amerikanische Beratungsfirma „Perseus“ schätzte im April 2005 aufgrund der Sichtung von 10.000 Weblogs der 20 führenden Weblog-Hoster die Gesamtzahl auf etwa 31,6 Millionen und sagte ein Wachstum auf über 53 Millionen bis Jahresende voraus (vgl. Perseus 2005). Die führenden Anbieter sind demnach BlogSpot mit etwa acht Millionen und LiveJournal mit etwa 6,6 Millionen Weblogs. Eine frühere Studie des Unternehmens (im Jahr 2003, bei den acht damals führenden Anbietern) ergab aber auch, dass etwa zwei Drittel der Weblogs seit mindestens zwei Monaten nicht mehr aktualisiert worden waren und damit als eingestellt gelten mussten (vgl. Perseus 2003). Für den Weblog-

⁵ Weitere Informationen finden sich unter <http://overstated.net/05/02/22-weblog-ping-services>. Weblogs.com startete als erster derartiger Dienst, legt die Zahlen über die getrackten Weblogs allerdings nicht offen.

⁶ Blogstats.de gibt an, alle Weblogs aus dem deutschsprachigen Raum zu listen, die die Dienste weblogs.com oder blogs anpingen. „Wir zählen konservativ und führen nur Blogs auf, die mindestens 2 Artikel haben, bei denen der Zeitraum zwischen dem ersten und letzten Artikel mindestens 4 Stunden beträgt, die einen zentralen Dienst pingten, die eine valide RSS- oder Atom-Datei haben und die nicht Passwort-geschützt sind.“ (<http://lumma.de/eintrag.php?id=1534>). Seit November 2005 ist dieses Angebot aufgrund einer technischen Überarbeitung eingeschränkt, weswegen keine aktuellen Zahlen genannt werden können.

Hoster LiveJournal ermittelte Venolia (o.J.) mit Hilfe eines statistischen Schätzverfahrens einen höheren Anteil von aktiven Weblogs, der je nach Schätzparametern zwischen 49 und 52 Prozent liegt. Die „Halbwertszeit“ beträgt bei LiveJournal dieser Analyse zufolge etwa ein Jahr, sodass nach diesem Zeitraum nur noch die Hälfte einer Ursprungspopulation von Weblogs aktiv ist.

Abbildung 1: Anteile verschiedener Weblog-Plattformen an der deutschsprachigen Blogosphäre (Juni 2005)

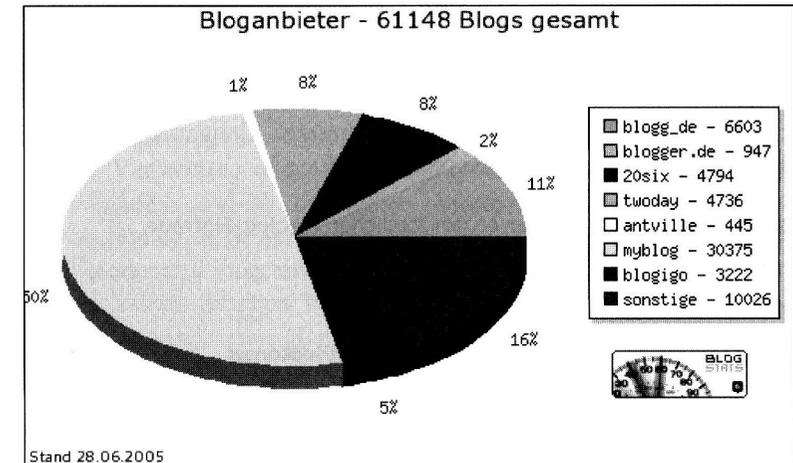
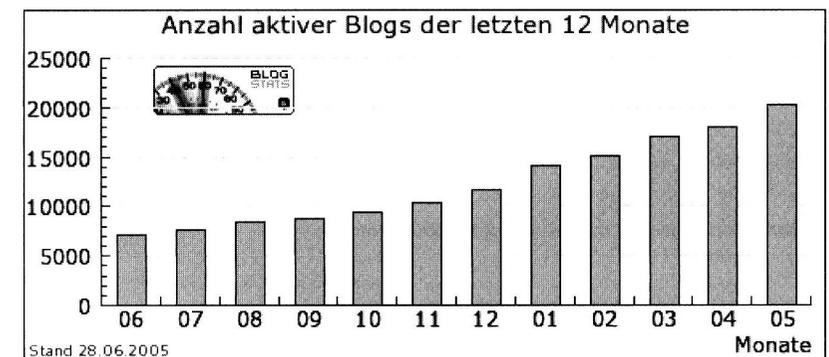
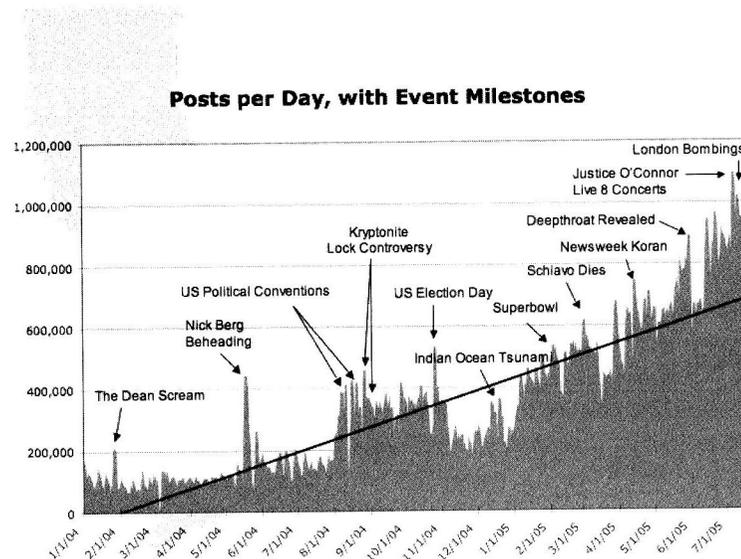


Abbildung 2: Anzahl aktiver deutschsprachiger Weblogs (Juni 2005)



Auf Basis der Daten von Technorati.com nahm David Sifry (2005) eine Bestandsaufnahme der Blogosphäre im Oktober 2005 vor. Das Verzeichnis erfasste damals etwa 19,6 Millionen Weblogs, wobei pro Tag um 70.000 neue Angebote hinzukamen, sodass die Blogosphäre ihre Größe alle fünf Monate verdoppelt. Etwa 55 Prozent aller Weblogs gelten als aktiv, weil sie in den letzten drei Monaten mindestens einen Beitrag veröffentlicht haben, und 13 Prozent aller Weblogs bringen mindestens einen Beitrag pro Woche. Die Zahlen werden jedoch durch „Spam Weblogs“ oder „Splogs“ verfälscht, wobei deren Anteil umstritten ist.⁷ Sifry geht von etwa 5 Prozent aus, während Blackshaw (2005) vermutet, dass ca. 30 Prozent aller Weblog-Beiträge Spam darstellen. Ein anderer Indikator für das Wachstum der Blogosphäre ist die Anzahl der Beiträge; Ende Juli 2005 wurden etwa 900.000 Beiträge pro Tag veröffentlicht, wobei bestimmte Ereignisse deutliche Ausschläge nach oben erzeugen (vgl. Abbildung 3).

Abbildung 3: Wachstum der Anzahl täglicher Weblog-Einträge



Quelle: <http://www.sifry.com/alerts/archives/000333.html>.

⁷ Weblog-Spam dient vor allem dazu, den Stellenwert bestimmter Webseiten in den Verzeichnissen der Suchmaschinen zu steigern (vgl. Kesmodel 2005 sowie die Bemerkungen zum Verhältnis von Weblogs und Suchmaschinen in Abschnitt 3.2.2). Eine gängige Praxis ist, Einträge automatisch zu erstellen, indem Inhalte aus RSS-Feeds anderer Weblogs aus-gelesen und neu kombiniert werden (vgl. zum Beispiel <http://sammel.blogspot.com/>).

Die Spannweite der zitierten Schätzungen zeigt, dass die genaue Anzahl von Weblogs nicht exakt zu bestimmen ist. Hinzu kommt, dass eine Mehrheit der automatisch identifizierten Weblogs nicht (mehr) aktiv ist oder zu Zwecken der Suchmaschinen-Optimierung automatisch erstellt wurde, ohne dass tatsächliche Autoren dahinter stehen. Dennoch ist unbestritten, dass in den letzten Jahren ein rasantes Wachstum stattgefunden hat, das noch keine Anzeichen einer Abschwächung zeigt. Selbst wenn man (deutlich konservativer als obige Berechnungen) den Anteil von aktiven Weblogs an der Gesamtzahl auf nur 20 Prozent schätzt, kommt man doch auf etwa zwei bis drei Millionen regelmäßig, das heißt etwa einmal pro Monat, aktualisierte Seiten. In Deutschland dürfte ihre Zahl zum Jahresbeginn 2006 etwa bei 40.000 Weblogs liegen.

Repräsentative Daten zur Soziodemographie von Weblog-Autoren sind aus methodischen Gründen ähnlich problematisch zu erheben wie die zur Verbreitung und Aktualisierung von Weblogs. Aus den Diffusionsverläufen anderer innovativer Informations- und Kommunikationstechnologien ist bekannt, dass die ersten Nutzer oder „early adoptors“ tendenziell jung, männlich und gut gebildet sind.⁸ Verschiedenen Studien zufolge machen Weblogs dabei keine große Ausnahme, wenn auch der Anteil von Männern und Frauen ausgeglichener zu sein scheint. Herring et al. (2004a) fanden in einer Stichprobe von 203 Weblogs etwa 54 Prozent männliche Autoren und etwa 40 Prozent Autoren unter 20 Jahren. Beim Anbieter LiveJournal waren im Februar 2004 etwa drei Viertel der Nutzer zwischen 16 und 24 Jahren alt (vgl. Kumar et al. 2004). Eine etwas ältere Nutzerschaft fand sich dagegen zum gleichen Zeitpunkt bei twoday.net: Nur knapp zwei Fünftel der dort registrierten Autoren (38,6 %) waren jünger als 25 Jahre; das Geschlechterverhältnis betrug 53 Prozent Männer zu 47 Prozent Frauen (vgl. auch Kapitel 7).

Die selbstrekrutierende Umfrage „Wie ich blogge?“⁹ erbrachte im Oktober 2005 folgende Ergebnisse: Unter den Weblog-Autoren macht die Altersgruppe zwischen 20 und 29 Jahren mit 41,8 Prozent die Mehrheit aus, gefolgt von 24,3 Prozent Personen zwischen 30 und 39 Jahren. 17,7 Prozent der Blogger sind im Teenager-Alter unter 20 Jahren, aber nur 5,4 Prozent sind älter als 50 Jahre. Der Männeranteil liegt bei 54,4 Prozent, was für ein vergleichsweise junges Online-Genre ein sehr nied-

⁸ Vgl. zum Beispiel die Daten zur Entwicklung der deutschen Online-Nutzerschaft, die in den jährlichen ARD/ZDF-Onlinestudien zusammengetragen werden (van Eimeren/Gerhard/Frees 2004).

⁹ Zur Methode vgl. den Anhang. Die Ergebnisse können aufgrund der Auswahlstrategie nicht auf die deutschsprachige Blogosphäre verallgemeinert werden, erscheinen aber als aussagekräftig für die Gruppe von aktiven Bloggern.

riger Wert ist. Besonders auffällig ist, dass in der Altersgruppe unter 20 Jahren weibliche Nutzer im Verhältnis 2:1 dominieren (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Geschlechtsverteilung von Weblog-Autoren nach Altersgruppen (in %)

N=3.558	Männlich	Weiblich
Jünger als 20 Jahre	33,9	66,1
20 bis 29 Jahre	58,5	41,5
30 bis 39 Jahre	62,0	38,0
40 bis 49 Jahre	53,1	46,9
Über 50 Jahre	58,0	42,0
Gesamt	54,4	45,6

Quelle: Umfrage „Wie ich blogge?!“, Oktober 2005.

Diese Ergebnisse ergänzen Befunde des Pew Internet & American Life Project, denen zufolge in den USA Weblogs unter Teenagern überproportional verbreitet sind (vgl. Lenhart/Madden 2005): 19 Prozent der internetnutzenden Jugendlichen zwischen zwölf und 17 Jahren haben demnach ein eigenes Weblog angelegt, und 38 Prozent geben an, zumindest gelegentlich Weblogs zu lesen. Am stärksten verbreitet sind Weblogs dieser Studie zufolge unter Mädchen zwischen 15 und 17 Jahren, von denen 25 Prozent ein Weblog führen. Im Vergleich dazu beträgt der Anteil der aktiven Blogger an allen US-amerikanischen Internetnutzern nur sieben Prozent, der der Blog-Leser 27 Prozent.

Während die Datenlage für die Autoren von Weblogs schon wenig befriedigend ist, existieren noch weniger repräsentative Informationen über deren Leser. Auf der Grundlage von Daten eines Online-Panels, das das Internet-Nutzungsverhalten für Marktforschungszwecke aufzeichnen lässt, schätzt ComScore Networks (2005) den Anteil von Blog-Lesern unter allen US-amerikanischen Internetnutzern auf etwa ein Drittel.¹⁰ Sie sind tendenziell eher jünger, haben ein höheres Einkommen und eine leistungsfähigere Internetverbindung als die übrigen Onliner. Die 21. W3B-Studie von Fittkau & Maaß erbrachte, dass zwar drei Viertel der befragten Internet-Nutzer mit dem Begriff „Weblog“ vertraut sind, aber nur jeder Fünfte diese zumindest gelegentlich auch nutzt (vgl. Fittkau & Maaß 2005). Bei den Lesern handelt es sich demnach vor allem um jüngere, oft noch in der schulischen, beruflichen oder universitären Ausbildung befindliche Personen, die das Internet generell sehr

¹⁰ Wie bei vielen anderen Daten, die im Bereich der kommerziellen Marktforschung erhoben werden, stehen die methodologischen Details für diese Studie nicht zur Verfügung, sodass diese Zahlen mit Vorsicht zu verwenden sind.

intensiv nutzen. Die Umfrage „Wie ich blogge?!“ erbrachte keine deutlichen Unterschiede zwischen den Autoren von Weblogs und denjenigen Nutzern, die Weblogs nur als Leser verfolgen.

2.2 Wissenschaftliche Zugänge

Parallel zur steigenden Anzahl von Weblogs wächst die Aufmerksamkeit für ihre Einsatzmöglichkeiten und Folgen. Traditionell findet eine lebhaftere Diskussion darüber in der Blogosphäre selbst statt, doch mittlerweile beschäftigen sich auch immer mehr akademische Disziplinen mit dem Phänomen. Erste Institutionalisierungszeichen einer Weblogforschung lassen sich ausmachen: Thematisch einschlägige Sammelbände (Gurak et al. 2004; Burg 2004, 2005) und Journal-Schwerpunkte (Schmidt/Schönberger/Stegbauer 2005a) existieren inzwischen genauso wie eigene Konferenzen (z. B. „BlogTalk“ oder „Les Blogs“) und innovative Veranstaltungsformen (z. B. die „BlogWalk“-Reihe).

Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht stellen Weblogs ein Genre (vgl. Herring et al. 2004a; Miller/Sheperd 2004) oder Medienschema (vgl. Neuberger 2005a) dar, das seinen Platz zwischen „normalen“ Webseiten und asynchronen Formen der computervermittelten Kommunikation (wie E-Mail oder Diskussionsforen) einnimmt (vgl. Tabelle 2). Im Gegensatz zu Standard-Webseiten zeichnen sie sich durch eine häufigere Aktualisierung aus und bieten mehr Möglichkeiten des kommunikativen Austauschs zwischen Autor und Leser (vor allem über die Kommentarfunktion), wobei die mit diesen Rollen einhergehenden Kontrollmöglichkeiten über den Inhalt, der auf einer Webseite dargestellt wird, weiterhin asymmetrisch verteilt sind. Anders als die asynchrone interpersonale Kommunikation, die in aller Regel textbasiert ist, können Weblogs auch multimediale Elemente einbinden.

Tabelle 2: Merkmale von Weblogs im Vergleich zu anderen Online-Formaten

Standard-Webseiten	Weblogs	Asynchrone interpersonale computerverm. Kommunikation
Seltene Aktualisierung	Regelmäßige Aktualisierung	Kontinuierliche Aktualisierung
Asymmetrisches Senden	Asymmetrischer Austausch	Symmetrischer Austausch
Multimedial	Eingeschränkt multimedial	Textbasiert

Quelle: modifiziert nach Herring et al. 2004a, S. 10.

Eine solche Verortung von Weblogs zwischen anderen Genres der computervermittelten Kommunikation erlaubt es, Anschlussmöglichkeiten zu bestehenden Forschungsfeldern zu identifizieren.¹¹ Die in den letzten zehn Jahren beträchtlich angewachsene Literatur zur onlinebasierten interpersonalen Kommunikation stellt eine gute Ausgangsbasis dar, um die Spezifika von E-Mail oder Diskussionsforen und Newsgroups mit den Merkmalen weblogbasierter Kommunikation zu vergleichen (vgl. u. a. Stafford/Kline/Dimmick 1999; Stegbauer 2001; Baym 2002; Döring 2003; Mayer-Uellner 2003). Besonders ergiebig scheint ein Vergleich von Weblogs mit persönlichen Homepages, die bislang vor allem aus sozialpsychologischer Perspektive untersucht wurden (vgl. Döring 2002 für eine Synopse sowie Machilek/Schütz/Marcus 2004). Dank dieser Studien wissen wir beispielsweise, dass persönliche Homepages eine wichtige Rolle für die Selbstdarstellung und Identitätskonstruktion ihrer Autoren spielen. Analoge Untersuchungen zeigen, dass auch Weblogs zur Identitätsfindung und -explorierung von Teenagern beitragen (vgl. Huffaker/Calvert 2005). In Form von Online-Tagebüchern oder -Journalen stellen Weblogs ähnlich wie private Homepages eine besondere Verknüpfung von Öffentlichkeit und Privatsphäre dar, die von den Autoren in der Regel auch reflektiert bzw. bewusst gestaltet wird (vgl. Wolf 2002). Befunde zur privaten Nutzung von Weblogs werden in Kapitel 4 diskutiert.

Die Beiträge in Schlobinski/Siever (2005) nehmen einen sprach- und kulturwissenschaftlichen Vergleich von Weblogs in verschiedenen Ländern vor. Dünne (2004) stellt aus kulturwissenschaftlicher Sicht Weblogs in die Tradition des philologischen Kommentars zu anderen Schriftstücken, während Mortensen/Walker (2002) sie als Fortsetzung von ethnographischen Feldforschungs-Tagebüchern analysieren. In eine ähnliche Richtung gehen medienpädagogische Diskussionen der Rolle von Weblogs als persönliche Lernjournale oder allgemeiner als Werkzeuge des „Personal Knowledge Management“ (vgl. Paquet 2002; Fiedler 2003; Böttger/Röll 2004). Hier bestehen Berührungspunkte zu einer organisationstheoretischen Perspektive, die betriebs- oder kommunikationswissenschaftlich argumentiert und den Beitrag von Weblogs für die interne und externe Unternehmenskommunikation in den Mittelpunkt stellt (vgl. Charman 2005; Picot/Fischer 2005; Zerfaß/Boelter 2005). In Kapitel 5 werden Potenziale und Konsequenzen des Einsatzes von Weblogs durch Organisationen diskutiert.

Kommunikationswissenschaftliche Arbeiten untersuchen derzeit vor allem, welche Verschiebungen sich für gesellschaftliche Öffentlichkeit

¹¹ Vgl. auch Schmidt/Schönberger/Stegbauer 2005b.

im Allgemeinen (vgl. Matheson 2004; Neuberger 2005b) und die politische Öffentlichkeit im Speziellen (vgl. Drezner/Farell 2004; Gill 2004) ergeben. Andere Untersuchungen nehmen eine Akteursperspektive ein und betrachten die Rolle von Weblogs im Journalismus (Neuberger 2005a; Welker 2005) oder als Kommunikations- und Koordinationsinstrument in der politischen Arbeit (vgl. Hienzsch/Prommer 2004; Coenen 2005). Diese Themen stehen im Mittelpunkt von Kapitel 6.

Quer zu dieser Einteilung von Weblogforschung nach Einsatzfeldern liegt eine Unterscheidung nach der Analyseebene. Unter den kommunikationssoziologischen Arbeiten sind zwei unterschiedliche Ansätze auszumachen: *Netzwerkzentrierte Untersuchungen* konzentrieren sich auf die Gestalt und Dynamik der sozialen Netzwerke, die in der Blogosphäre entstehen. Verschiedene Studien haben gezeigt, dass die Verteilung der Verweise zwischen Weblogs einem für Netzwerkstrukturen typischen „power law“ folgt: Einige wenige Weblogs vereinen eine Vielzahl von „inbound links“ auf sich, während die überwiegende Mehrheit nur wenige einkommende Verweise besitzt (vgl. Shirky 2003; Tricas/Ruiz/Merelo 2003; Adar et. al. 2004; Schuster 2004). Ein anderer netzwerkzentrierter Forschungsansatz basiert darauf, computervermittelte Kommunikationsprozesse mit einer Vielzahl von Teilnehmern formal zu modellieren. Hier zeigt sich, dass die Blogosphäre andere Merkmale aufweist als zum Beispiel die Kommunikation in Newsgroups oder auch die Interaktionen zwischen Käufern und Verkäufern bei eBay (vgl. Malsch/Schlieder 2002; Lübcke/Perschke 2004).

Handlungszentrierte Untersuchungen wählen dagegen das soziale Handeln als Ausgangspunkt, um seine Merkmale und darauf aufbauende soziale Strukturen zu untersuchen. Neben einer Studie zur Formierung von Normen in Weblogs (vgl. Wei 2004) finden sich hier insbesondere Ansätze, die Motive und kommunikativen Routinen von Weblog-Autoren zu erheben. Dabei zeigt sich, dass im privaten wie im beruflich-professionellen Einsatz das Weblog als wertvolles Werkzeug dient, um Ideen zu entwickeln, diese anderen vorzustellen und so soziale Beziehungen zu pflegen (vgl. Efimova 2004; Gumbrecht 2004; Nardi et al. 2004).

2.3 Methoden der Weblogforschung¹²

Die Weblogforschung bedient sich – in Abhängigkeit von disziplinären Zugängen und Erkenntnisinteressen – unterschiedlicher Methoden, um

¹² Dieser Abschnitt basiert auf Schmidt/Schönberger/Stegbauer 2005b. Er wurde mit freundlicher Genehmigung der beiden Ko-Autoren für dieses Manuskript übernommen und an einigen Stellen erweitert.

zu empirisch fundierten Aussagen zu gelangen. Beim jetzigen Stand der Diffusion und Institutionalisierung von Weblogs erscheint eine pragmatische, explorativ-experimentelle Handhabung der Verfahren der Datengenerierung als erfolgsversprechend. In diesem Abschnitt sollen einige der gängigen Methoden auf ihre Eignung für die Erforschung von Weblogs diskutiert werden.

Um Informationen über die Autoren und Leser von Weblogs zu erhalten, bietet sich die Aggregation von Individualdaten an, die mit Hilfe von *standardisierten Befragungen* erhoben werden (vgl. allgemein Schnell/Hill/Esser 2005, insbes. S. 319-389). Neben soziodemographischen Merkmalen sind beispielsweise Motive für das Führen oder Lesen eines Weblogs, Routinen im Umgang mit dem Format oder Erwartungen an Inhalte und Themen abfragbar. Wegen der hohen Internet-Affinität von Bloggern werden viele dieser Umfragen onlinebasiert abgewickelt; die Rekrutierung der Teilnehmer geschieht oft nach dem Schneeball-Prinzip, indem Hinweise zur Befragung in den Weblogs zirkulieren.

Erste Erfahrungen mit dieser Art der Feldansprache zeigen, dass (in Abhängigkeit von Thema und Aufbereitung der Umfrage) hohe Teilnehmerzahlen erreicht werden können (vgl. auch Schmidt 2005b): Der „MIT Blog Survey“, der im Sommer 2005 durchgeführt wurde, unterstützte die Diffusion des Umfrage-Links mit fünf unterschiedlichen Grafiken, die Autoren in ihrem eigenen Weblog einbinden konnten, um weitere Personen als Teilnehmer zu gewinnen. Dadurch gelang es, etwa 35.000 ausgefüllte Fragebögen zu erhalten (vgl. Marlow 2005).¹³ Für die vom Verfasser im Oktober 2005 durchgeführte Umfrage „Wie ich blogge?!“ wurde dieses Vorgehen übernommen; in einem Zeitraum von vier Wochen beteiligten sich über 5.200 Personen daran (zu methodischen Details vgl. den Anhang).

Die Wahl des Zugangs zum Feld hängt von den Begleitumständen des Vorhabens und der Forschungsfrage ab. Das Schneeball-Prinzip ist angesichts der unmöglichen Abgrenzung einer Grundgesamtheit aller Weblog-Autoren oder Leser ein oft gewähltes Mittel, um Teilnehmer für eine Umfrage zu rekrutieren. Allerdings erzeugt es Stichprobenprobleme, da aufgrund der Selbstrekrutierung die Ergebnisse nur eingeschränkt repräsentativ sind (vgl. Welker/Werner/Scholz 2005, S. 31ff) und noch unklar ist, wie sich die Chance, von der Umfrage Kenntnis zu erhalten, in Abhängigkeit von der Zentralität eines Weblogs verändert. Es ist daher vor allem für explorative Forschungsdesigns geeignet, bei

¹³ Es handelt sich dabei um die Dissertation von Cameron Marlow, die ist zum Zeitpunkt der Fertigstellung dieses Manuskript noch nicht veröffentlicht ist, aber vom Autor zur Verfügung gestellt wurde.

denen die Repräsentativität nur eine untergeordnete Rolle spielt. Steht die Verallgemeinerbarkeit im Mittelpunkt, muss auf Alternativen zurückgegriffen werden, darunter – neben offline rekrutierten Stichproben – vor allem die Kooperation mit Weblog-Hosting-Anbietern, um deren registrierte Mitglieder (komplett oder in einer Stichprobe) per E-Mail um die Teilnahme an der Umfrage zu bitten.

Standardisierte Befragungen stoßen aufgrund der reaktiven Datenerhebungssituation, die Erinnerungsvermögen, Auskunftsbereitschaft und gewisse Verbalisierungsfähigkeiten der Befragten voraussetzt, an methodische Grenzen. Als nicht-reaktives Verfahren bietet sich die *Inhaltsanalyse* an, bei der Weblogs anhand bestimmter Kategorien untersucht werden (vgl. allgemein Früh 2004; zur Inhaltsanalyse im World Wide Web v. a. Rössler/Wirth 2001). Untersuchungsgegenstand können sowohl die einzelnen Beiträge und/oder Kommentare sein, die zum Beispiel im Hinblick auf Themen, Meinungsvielfalt oder Multimedialität untersucht werden, als auch das Weblog als Ganzes, indem beispielsweise Designelemente oder die Einbindung in ein umfassenderes Webangebot in die Analyse einbezogen werden.

Hierbei ist die besondere Spannung zwischen Flüchtigkeit und Permanenz, die Schneider/Foot (2004) als Merkmal des World Wide Webs im Allgemeinen bezeichnen, zu beachten. Anders als persönliche Homepages, die oft über einen längeren Zeitraum unverändert bestehen bleiben, wandelt sich die Gestalt von Weblogs bei regelmäßiger Aktualisierung in relativ kurzen Zeiträumen. Andererseits bleiben die von der Startseite verdrängten Beiträge im Archiv eines Weblogs erhalten, während Änderungen an einer Homepage in der Regel dazu führen, dass die alten Inhalte gelöscht werden und nur mit Hilfe von Diensten wie archive.org für den Forscher verfügbar sind. Weblogs erleichtern es dem Forscher also, ältere Texte für Analysezwecke abzurufen, verändern sich gleichzeitig aber so schnell, dass jede inhaltsanalytische Betrachtung von Weblogs nur einen sehr flüchtigen Einblick gestattet, wenn sie sich auf die Startseite konzentriert.

Drei weitere Verfahren erscheinen gerade für eine interdisziplinäre Weblogforschung sehr gut geeignet. Die *Netzwerkanalyse* wird, wie oben geschildert, bereits für verschiedene Forschungsvorhaben eingesetzt. Sie kann momentan allerdings nicht als ein geschlossenes methodisches Feld angesehen werden (vgl. Stegbauer 2001; Jansen 2003). Sie lässt sich grob in zwei verschiedene Zugänge (die Analyse von gesamten Netzwerken sowie die Analyse von egozentrierten Netzwerken) einteilen. Aus einer Überblicksperspektive ist eine Betrachtung der Struktur der Blogosphäre möglich, wo sich – ähnlich wie bei Untersuchungen zur

Struktur des Internet (vgl. z. B. Dill et al. 2001) – die Beziehungen zwischen Knoten (etwa ein- und ausgehende Links) vermessen lassen. Eine solche Analyse liefert Erkenntnisse über die Bedeutung einzelner Teile der Blogosphäre. Hier können sowohl ‚Cliques‘ oder ‚Cluster‘ von eng miteinander verbundenen Weblogs als auch diejenigen Weblogs zusammengefasst werden, deren Stellung im Gesamtnetzwerk eine hohe strukturelle Äquivalenz aufweist. Diese Methoden wären zwar prinzipiell auf die gesamte Blogosphäre anwendbar, müssen aber aus forschungspraktischen Gründen in aller Regel wohl auf „Sub-Netzwerke“ beschränkt bleiben, die sich zum Beispiel unter den Nutzern eines Weblog-Hosters oder in einer thematisch spezialisierten Diskursgemeinschaft bilden (vgl. allerdings zu den Abgrenzungsproblemen Efimova/Hendrick/Anjewierden 2005).

Das andere große Segment der Netzwerkanalyse betrachtet egozentrierte Netzwerke, in unserem Zusammenhang also die von einem einzelnen Weblog ausgehenden Beziehungen zu anderen Weblogs und übrigen Online-Quellen. Ein Vergleich von Größe, Reichweite und Dichte der hypertextuellen Beziehung von verschiedenen Weblogs ist ebenso möglich wie ein Vergleich unterschiedlicher Beziehungen (zum Beispiel von Verweisen durch Zitationen, Kommentare oder die Blogroll). Hierbei (wie bei allen netzwerkanalytischen Verfahren) ist zu beachten, dass die identifizierten Relationen und Strukturen aus sich heraus nur selten erklärbar sind. Die Netzwerkanalyse bedarf also einer Unterstützung durch andere Methoden und Indikatoren, um der Struktur eine Interpretierbarkeit zu verleihen.

In Bezug auf Weblogs bietet sich dazu vor allem an, die erfassbaren hypertextuellen Links als Indikator für soziale Beziehungen zu interpretieren. Qualitative und quantitative Erhebungen müssen die reine Analyse der Verlinkungen ergänzen, denn bislang fehlen noch Erkenntnisse darüber, wie aus dem „semantisch armen“ Hyperlink auf die sinnhafte Vielfalt sozialer Beziehungen geschlossen werden kann. Möglicherweise wird sich dieses methodische Problem mit dem weiteren Ausbau des World Wide Web zum „semantic web“ (vgl. Berners-Lee 1998) bzw. mit den zahlreichen „Web 2.0“-Initiativen (vgl. O’Reilly 2005 sowie die Diskussion in Kapitel 8) etwas lindern. Erste technische Ansätze, die durch einen Hyperlink ausgedrückte Beziehung inhaltlich zu qualifizieren, bieten zum Beispiel das „Friends of a friend“-Protokoll¹⁴ oder einige Vorhaben im Rahmen des „microformats“-Ansatzes.¹⁵ Diese schei-

¹⁴ Vgl. <http://www.foaf-project.org/>.

¹⁵ Vgl. <http://microformats.org/>.

nen aber bislang noch nicht systematisch mit netzwerkanalytischen Verfahren in Verbindung gebracht worden zu sein.

Ein weiterer methodischer Ansatz, die *Diskursanalyse*, kann sinnvollerweise mit ‚klassischen‘ inhaltsanalytischen Methoden kombiniert werden, um zum Beispiel Themen und Argumentationsmuster zu identifizieren. Netzwerkanalytische Indikatoren können mit hinzu gezogen werden, um zum Beispiel zu klären, inwiefern sich eine diskursive Hegemonie auch in besonders ausgeprägter Zentralität innerhalb von Link-Netzwerken äußert, oder ob möglicherweise andere Netzwerkmechanismen für die Chance eines Weblog-Autoren verantwortlich sind, Themen zu setzen und Meinungen zu bestimmen. Besonders ertragsreich scheint auch, diskursanalytische Instrumente auf die Selbstverständigungsprozesse innerhalb der Blogosphäre selbst anzuwenden. Interessante Fragen wären hier beispielsweise, nach welchen Mustern Bedeutungen und Konventionen des Bloggens gemeinsam (re)produziert werden sowie welche diskursiven Strategien Blogger anwenden, um Fremdbeschreibungen ihres eigenen Tun (wie journalistische oder wissenschaftliche Analysen) mit dem eigenen Selbstbild abzugleichen.

Damit ist schließlich der Bogen zu einem letzten methodischen Spektrum geschlagen, das für eine interdisziplinäre Weblogforschung nutzbar gemacht werden sollte: *Qualitative Methoden* sind vor allem für einen praxistheoretischen Zugang, sei er kultur-, kommunikations- oder sozialwissenschaftlich orientiert, ein unabdingbares und dem Gegenstand angemessenes Handwerkszeug, weil sie geeigneter als standardisierte und quantitative Verfahren sind, den Sinn von Praktiken verstehend zu rekonstruieren. Dabei sind neben den verschiedenen Verfahren qualitativer Interviews (z. B. halbstandardisierte Gespräche oder Gruppendiskussionen) insbesondere auch ethnographische Ansätze zu nennen. Sie begreifen die Weblogforschung als Form einer teilnehmenden Beobachtung, in deren Verlauf der Forscher selbst ein Weblog führt und sich darüber an Diskussionen beteiligt.¹⁶ Das Untersuchungsfeld „Blogosphäre“ wirft dabei einige methodische Probleme auf, die teilweise auch aus anderen ethnographischen Analysen zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien bekannt sind: Mit der zunehmenden Informatisierung entstehen neue Formen von alltäglichem Handeln, die auf unterschiedliche Weise den virtuellen und physikalischen Raum verbinden und dadurch unklar werden lassen, welche Form von Präsenz des Forschers bei der teilnehmenden Beobachtung

¹⁶ Kennzeichen dieses Vorgehens sind „das Eintauchen des Forschers in das untersuchte Feld, seine Beobachtung aus der Perspektive des Teilnehmers, aber auch sein Einfluß auf das Beobachtete durch seine Teilnahme“ (Flick 2000, S. 157).

erforderlich ist – Präsenz im physikalischen Raum oder Präsenz im virtuellen Raum? Eng damit verknüpft sind die methodischen Schwierigkeiten, individuelle Strategien und Reflexionsprozesse alltäglicher Weblognutzung zu erfassen und zu beschreiben, insbesondere in Bezug auf das nicht sichtbare oder nonverbale Alltagshandeln. In diesem Zusammenhang muss in der ethnographischen Praxis wohl erst noch eine veränderte oder zumindest angepasste Erhebungstechnik für eine adäquate und gegenstandsangemessene Erforschung entfaltet und erprobt werden.¹⁷

Während der Gebrauch eines Weblogs für Zwecke der akademischen Kommunikation und Reflexion inzwischen in vielen Disziplinen verbreitet ist, stehen bloggende Weblogforscher vor einem besonderen methodischen Problem: Sie sind an der Schnittstelle von zwei unterschiedlichen Varianten angesiedelt, über Weblogs zu reflektieren. Auf der einen Seite steht die dynamische Blogosphäre mit ihrer subjektiv-authentischen und hochgradig interaktiven Art zu kommunizieren und Selbstreflexion zu betreiben. Auf der anderen Seite steht die jeweilige „scientific community“ mit etablierten Begriffen, einer ausgeprägten Reputationshierarchie und dem Versuch, die Subjektivität des Forschers so weit wie möglich aus der Analyse herauszuhalten, um zu intersubjektiver Verständigung über die beschriebene Wirklichkeit zu gelangen. Gehen Beiträge, die für ein wissenschaftliches Publikum verfasst werden, wieder in die Selbstbeobachtung der Blogosphäre ein (weil sie zum Beispiel von anderen Weblogs aufgegriffen und kommentiert werden), entsteht doppelte Reaktivität, weil a) das Beobachtungsfeld vom Beobachter selbst beeinflusst wird und b) seine Deutung der Praktiken von den Bloggern bestätigt, bestritten, erweitert oder verworfen wird.

Warneken/Wittel (1997) beschreiben dieses Problem am Beispiel von Forschungen in der Unternehmensethnographie. Sie bezeichnen Untersuchungssituationen, in denen die Probanden einen ähnlichen bis höheren Status als die Feldforscher besitzen und diese nun um ihren Status als anerkannte Wissenschaftler ringen müssen, als „research up“. Weblogforscher, die sich ihrem Untersuchungsgegenstand als teilnehmende Beobachter nähern, können nicht von vorneherein davon ausgehen, dass sie aufgrund ihres Wissenschaftler-Status über einen Wissensvorsprung oder ein höheres kulturelles Kapital (im Sinne des formell zertifizierten Bildungsniveaus) verfügen, sondern müssen sich vielmehr damit auseinandersetzen, dass ihre „Untersuchungsobjekte“, die Blog-

¹⁷ Hierfür gibt es eine Reihe von Erhebungstechniken, die über das, was gemeinhin als teilnehmende Beobachtung firmiert, hinausgehen und sich sowohl im Themenfeld „Informatisierung der Arbeit“ wie auch hinsichtlich privater Internetnutzung als hilfreich erwiesen haben (vgl. Schönberger 2005b).

ger, möglicherweise über ähnliche Kompetenzen und einen ausgeprägten Reflexionsgrad verfügen. Hierbei kann es durchaus zu Spannungen kommen, zum Beispiel wenn der jeweilige methodische Zugang von Bloggern mit einem anderen fachlichen Hintergrund kritisiert wird. Ein anschauliches Beispiel für die Konflikte und Verständigungsschwierigkeiten, die sich aus dieser Spannung ergeben, liefert die in verschiedenen Weblogs geführte Diskussion im Anschluss an eine Tagung des Karlsruher „Zentrums für Kunst und Medientechnologie“ Ende September 2005. Im Verlauf dieser Debatte resümierte ein Blogger kurz und knapp: „Die Labormäuse schlagen zurück“.¹⁸ Letztlich muss der Weblogforscher darauf vertrauen (und in der Forschungspraxis nachweisen), dass ihn seine wissenschaftlichen Kompetenzen zu einem Grad an Objektivität und Distanz befähigen, der über die partikularen Erfahrungen von Bloggern hinausgeht.

¹⁸ Vgl. <http://rebellmarkt.blogger.de/stories/330930/#331095>. Als Ausgangspunkt mit Verweisen zu anderen Diskussionsbeiträgen kann dieser Eintrag dienen: <http://www.bamberggewinnt.de/wordpress/archives/285>.

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

ISBN 13: 978-3-89669-580-2
 ISBN 10: 3-89669-580-0

© UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2006

Einband: Susanne Weiß, Konstanz
 Druck: Rosch-Buch Druckerei GmbH, Scheßlitz

UVK Verlagsgesellschaft mbH
 Schützenstr. 24 · D-78462 Konstanz
 Tel.: 07531-9053-0 · Fax: 07531-9053-98
www.uvk.de

Inhalt

Vorwort	7
1 Einleitung	9
2 Grundlagen der Weblogforschung	13
2.1 Entwicklung von Weblogs als Medienformat	13
2.2 Wissenschaftliche Zugänge	21
2.3 Methoden der Weblogforschung	23
3 Praktiken des Bloggens	31
3.1 Bausteine einer praxisorientierten Theorie computervermittelter Kommunikation	32
3.2 Ein kommunikationssoziologisches Analysemodell	42
3.2.1 Regeln	42
3.2.2 Netzwerke	51
3.2.3 Software	59
3.3 Zusammenfassung	64
4 Weblogs als persönliche Online-Journale	69
4.1 Selbstdarstellung und Identitätsmanagement in Weblogs	70
4.2 Das Ende der Privatsphäre?	83
4.3 Persönliche Netzwerke und Sozialkapital	90
5 Weblogs in der Organisationskommunikation	95
5.1 Weblogs als Instrument der externen Kommunikation	95
5.2 Weblogs und Wissensarbeit	105
5.3 Organisatorisches Bloggen zwischen Kontrolle und Selbstbestimmung	115
6 Weblogs und Journalismus	119
6.1 Praktiken von Bloggern und Journalisten im Vergleich	120
6.2 Öffnung und Schließung weblogbasierter Öffentlichkeiten	128
6.3 Weblogs in der politischen Kommunikation	140
7 Fallstudie: Die Institutionalisierung von Weblog- Praktiken am Beispiel von „tuesday.net“	149
7.1 Ursprünge und Entstehung	149
7.2 Stabilisierung von Verwendungsregeln und Netzwerken	154
7.3 Weitere Entwicklung	165
7.4 Zusammenfassung	169

8 **Ausblick: Weblogs als „Social Software“**..... 171

Anhang

Methodik der eigenen Untersuchungen..... 177

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis 182

Literaturverzeichnis 183

Literaturverzeichnis

Diese Arbeit stützt sich in vielen Bereichen auf Quellen, die im Internet verfügbar sind. Bei den Literaturangaben sind die Web-Adressen angegeben, unter denen die zitierten Dokumente bereit stehen. Die Bemerkung „Online verfügbar“ bezieht sich auf Texte, die auch in Printform vorliegen. „Online-Publikation“ verweist darauf, dass es sich um einen Beitrag aus einem Webangebot handelt, das nur im Internet bereitsteht. Soweit nicht anders angegeben, waren alle Angebote am 15.1.2006 online verfügbar.

- 21Publish (2005): Corporate Group Blogging. Building Business and Product Brands through Group Blogs and Blogging. Online-Publikation: <http://www.21publish.com/skin/21Publish-GroupBlogging.pdf>.
- Abold, Roland (2005a): Wahlkampf in der Blogosphäre. Die Bedeutung von Weblogs im Vorfeld der Bundestagswahl 2005. BACES Discussion Paper, Nr.9. Bamberg. Online verfügbar: <http://web.uni-bamberg.de/sowi/baces/Texte/Discussion%20Pap%209.pdf>.
- Abold, Roland (2005b): Weblogs im deutschen Bundestagswahlkampf 2005. Vortrag beim Workshop „Weblogs 05“, 16./17.11.2005, Linz. Online verfügbar: <http://www.roland-abold.de/linz171105.ppt>.
- Adamic, Lada/Natalie Glance (2005): The political Blogosphere and the 2004 U.S. Election: Divided they blog. Vortrag beim “2nd Annual Workshop on the Weblogging Ecosystem: Aggregation, Analysis and Dynamics”, 10.5.2005, Chiba. Online verfügbar: <http://www.hpl.hp.com/research/idl/papers/politicalblogs/AdamicGlanceBlogWWW.pdf>.
- Adar, Eytan/Lada Adamic/Li Zhang/Rajan Lukose (2004): Implicit Structure and the Dynamics of Blogspace. HP Information Dynamics Lab. Online verfügbar: <http://www.hpl.hp.com/research/idl/papers/blogs/blogspace-draft.pdf>.
- Alavi, Nasrin (2005): Wir sind der Iran. Köln.
- 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.
- Alphonso, Don/Kai Pahl (2004): Blogs! Text und Form im Internet. Berlin.
- Altman, Irwin (1975): The Environment and Social Behavior. Privacy – Personal Space – Territory – Crowding. Monterey.

- Altman, Irwin (1977): Privacy Regulation: Culturally Universal or Culturally Specific? In: *Journal of Social Issues*, Jg. 33, Nr. 3. S. 66-84.
- Ausschnitt Medienbeobachtung (2005): MeinungsMonitoring. Bloggen für die Bundestagswahl. Berlin.
- Bahrtdt, Hans Paul (1961): Die moderne Großstadt. Soziologische Überlegungen zum Städtebau. Reinbek bei Hamburg.
- Baker, Stephen (2005): The Lowdown on Podcasting. In: *Business Week*, 24.5.2005. Online verfügbar: http://www.businessweek.com/technology/content/may2005/tc20050524_9688_tc_211.htm.
- Bampton, Roberta/Christopher J. Cowton (2002): The E-Interview. In: *Forum Qualitative Sozialforschung*, Jg. 3, Nr. 2, Mai 2002. Online-Publikation: <http://qualitative-research.net/fqs-texte/2-02/2-02bamptoncowton-e.pdf>.
- Barabasi, Albert-Laszlo (2002): *Linked. The new science of Networks*. Cambridge.
- Bar-Ilan, Judit (2005): Information hub blogs. In: *Journal of Information Science*, Jg. 31, Nr. 4, S.297-307.
- Baumgartner, Peter (2005): Eine neue Lernkultur entwickeln: Kompetenzbasierte Ausbildung mit Blogs und E-Portfolios. In: *Hornung-Prähauser, Veronika (Hrsg.): ePortfolio Forum Austria 2005*. Salzburg. S. 33-38.
- Baym, Nancy K. (2002): Interpersonal Life Online. In: *Lievrouw, Leah/Sonia Livingstone (Hrsg.): Handbook of New Media*. London. S. 62-76.
- Beck, Klaus (2006): *Computervermittelte Kommunikation im Internet*. München.
- Berger, Paul (2005): Is the British blogosphere lagging behind? In: *Online Journalism Review*, 17.11.2005. Online-Publikation: <http://www.ojr.org/ojr/stories/051117berger/>.
- Berners-Lee, Tim (1998): Semantic Web Road map. Online-Publikation: <http://www.w3.org/DesignIssues/Semantic.html>.
- Bijker, Wiebe (1995): *Of bicycles, bakelites, and bulbs. Toward a theory of sociotechnical change*. Cambridge.
- Bijker, Wiebe/Thomas Hughes/Trevor Pinch (Hrsg.) (1987): *The Social Construction of Technological Systems. New Directions in the Sociology and History of Technology*. Cambridge, Mass.
- Blackshaw, Pete (2005): Spamalot: Broadway Hit or Blog Epidemic?. In: *ClickZ Experts*, 18.10.2005. Online-Publikation: <http://www.clickz.com/experts/brand/cmo/article.php/3556516>.
- Blood, Rebecca (2000): Weblogs: A History and Perspective. In: *Rebecca's Pocket*, 7.9.2000. Online-Publikation: http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html.
- Blood, Rebecca (2002): *The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog*. Cambridge, MA.
- Blood, Rebecca (2004): How Blogging Software reshapes the Online Community. In: *Communications of the ACM*, Jg. 47, Nr. 12, Dezember 2004. S. 53-55.
- Böttger, Magdalena/Martin Röhl (2004): Weblog Publishing as Support for Exploratory Learning on the World Wide Web. Vortrag bei der Konferenz „Cognition and exploratory learning in Digital Age“, 15-17.12.2004, Lissabon. Online verfügbar: <http://www.roell.net/publikationen/weblogs-exploratory-learning-celda04.pdf>.
- Bourdieu, Pierre (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: *Kreckel, Reinhard (Hrsg.): Soziale Ungleichheiten. Sonderband 2 der Sozialen Welt*. Göttingen. S. 183-198.
- Boyd, Danah (2001): *Faceted Id/entity: Managing representation in a digital world*. Cambridge, Mass.. Online verfügbar: <http://www.danah.org/papers/Thesis.FacetedIdentity.pdf>.
- Braun, Sebastian (2001): Putnam und Bourdieu und das soziale Kapital in Deutschland. Der rhetorische Kurswert einer sozialwissenschaftlichen Kategorie. In: *Leviathan*, Jg. 29, Nr. 3, 2001, S. 337-354.
- Brown, John S./Paul Duguid (1991): Organizational learning and communities-of-practice: Toward a unified view of working, learning, and innovation. In: *Organization Science*, Jg. 2, Nr. 1. S. 40-58.
- Bucher, Hans-Jürgen/Steffen Büffel (2005): Vom Gatekeeper-Journalismus zum Netzwerk-Journalismus. Weblogs als Beispiel journalistischen Wandels unter den Bedingungen globaler Medienkommunikation. In: *Blöbaum, Bernd/Armin Scholl (Hrsg.): Wandel im Journalismus*. Wiesbaden. S. 85-121.
- Burg, Thomas N. (Hrsg.) (2004): *BlogTalks*. Wien.
- Burg, Thomas N. (Hrsg.) (2005): *BlogTalks 2.0*. Wien.
- Burg, Thomas N./Doris Klepp/Christian Langreiter/Jan Schmidt/Markus Toyfl (2005): *TechnologyLog. Unveröffentlicher Abschlußbericht eines Pilotprojekts für die Plattform Innovatives Österreich*. Wien.
- Burt, Ronald S. (1992): *Structural holes. The social structure of competition*. Cambridge, Mass.
- Burt, Ronald S. (1999): The Social Capital of Opinion Leaders. In: *Annals of the American Academy*, Nr. 566, November 1999. S. 37-54.
- Calvert, Clay (2000): *Voyeur Nation. Media, Privacy, and Peering in Modern Culture*. Boulder.
- Castells, Manuel (2000): Materials for an exploratory theory of the network society. In: *British Journal of Sociology*, Jg. 51, Nr. 1, S. 5-24.
- Castells, Manuel (2001): *Das Informationszeitalter. Band 1: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft*. Opladen.
- Charman, Suw (2005): *Dark Blogs Case Study 01 - A European Pharmaceutical Group. Corante Research Report*. Online-Publikation: http://www.suw.org.uk/files/Dark_Blogs_01_European_Pharma_Group.pdf.
- Chesher, Chris (2005): Blogs and the crisis of authorship. Vortrag bei der Konferenz „Blogtalk Downunder“, 19.-22.5.2005, Sydney. Online verfügbar: http://incsub.org/blogtalk/?page_id=40.
- Claburn, Thomas (2005): Bloggers break Sony. In: *Information Week*, 16.11.2005. Online-Publikation: <http://www.informationweek.com/story/showArticle.jhtml?articleID=174300636>.
- Coenen, Christopher (2005): Weblogs als Mittel der Kommunikation zwischen Politik und Bürgern – Neue Chancen für E-Demokratie? 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/B5_2005_Coenen.pdf.

- Compaine, Benjamin (Hrsg.) (2001): *The digital divide: facing a crisis or creating a myth?* Cambridge, Mass.
- Comscore Networks (2005): *Behaviors of the Blogosphere: Understanding the Scale, Composition and Activities of Weblog Audiences*. Reston, VA. Online verfügbar: <http://www.comscore.com/blogreport/comScoreBlogReport.pdf>
- Cooley, Charles (1964): *Human Nature and the Social Order*. New York.
- Copeland, Henry (2004): *Blog reader survey*. In: *Blogads*, 21.5.2004. Online-Publikation: http://blogads.com/survey/blog_reader_survey.html.
- Cornfield, Michael/Jonathan Carson/Alison Kalis/Emily Simon (2005): *Buzz, Blogs, and Beyond. The Internet and the National Discourse in the Fall of 2004. Preliminary Report*, Pew Internet & American Life Project and BuzzMetrics. Online verfügbar: http://www.pewinternet.org/ppt/BUZZ_BLOGS_BEYOND_Final05-16-05.pdf.
- Crofts, Sheri/Jon Dille/Mark Fox/Andrew Retsema/Bob Williams (2005): *Podcasting: A new technology in search of viable business models*. In: *First Monday*, Jg. 10, Nr. 9. Online-Publikation: http://firstmonday.org/issues/issue10_9/crofts/.
- Degele, Nina (2000): *Informiertes Wissen. Eine Wissenssoziologie der computerisierten Gesellschaft*. Frankfurt am Main.
- Degele, Nina (2002): *Einführung in die Techniksoziologie*. München.
- Dennis, Brian M. (2004): *On Webfeed Aggregators and Social Navigation*. Vortrag beim „CSCW'04 Workshop on Social Networks“, 6.-10.11.2004, Chicago. Online verfügbar: <http://www.ischool.washington.edu/mcdonald/cscw04/papers/Dennis-cscw04.pdf>.
- Dill, Stephen/Ravi Kumar/Kevin McCurley/Sridhar Rajagopalan/D. Sivakumar/Andrew Tomkins (2001): *Self-similarity in the web*. In: *ACM Transactions on Internet Technology* 2, Nr.3, S. 205–223. Online verfügbar: <http://www.vldb.org/conf/2001/P069.pdf>.
- Donath, Judith/Dana Boyd (2004): *Public displays of connection*. In: *BT Technology Journal*, Jg. 22, Nr. 4, October 2004. S. 71-82.
- Donath, Judith/Fernanda B. Viégas (2002): *The Chat Circles Series: Explorations in designing abstract graphical communication interfaces*. In: *Proceedings of Designing Interactive Systems*. 25.-28.Juni 2002. London. S. 359-369.
- Döring, Nicola (2002): *Personal Home Pages on the Web: A Review of Research*. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, Jg. 7, Nr. 3. Online-Publikation: <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/doering.html>.
- Döring, Nicola (2003): *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. 2. Auflage. Göttingen.
- Döring, Nicola (2005): *Mobile Weblogs. Chancen und Risiken im unternehmerischen Umfeld*. In: Picot, Arnold/Tim Fischer (Hrsg.): *Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld*. Hannover. S. 191-212.
- Drezner, Daniel W./Henry Farrell (2004): *The Power and Politics of Blogs*. Paper presented at the 2004 American Political Science Association. Online verfügbar: <http://www.danieldrezner.com/research/blogpaperfinal.pdf>.
- Dünne, Jörg (2004): *Weblogs: Verdichtung durch Kommentar*. In: Jörg Dünne/Dietrich Scholler/Thomas Stöber (Hrsg.): *Internet und digitale Medien in der Romanistik: Theorie - Ästhetik - Praxis*, Beiheft 2 von PhiN - Philologie im Netz. S. 35-65. Online verfügbar: <http://www.fu-berlin.de/phn/beiheft2/b2t04.htm>.
- Eck, Klaus (2005): *Boeings Blogger reagiert auf Kritik*. In: *PR Blogger*, 12.4.2005. Online-Publikation: http://klauseck.typepad.com/prblogger/2005/04/boeings_blogger.html.
- Eck, Klaus/Thomas Pleil (2005): *Public Relations beginnt im vormedialen Raum. Weblogs als neue Herausforderung für das Issues Management*. In: Picot, Arnold/Tim Fischer (Hrsg.): *Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld*. Hannover. S. 77-94.
- Efimova, Lilia (2004): *Discovering the iceberg of knowledge work: a weblog case*. *Proceedings of Fifth European Conference on Organizational Knowledge, Learning and Capabilities (OKLC04)*, Innsbruck, 2-3 April 2004. Online verfügbar: https://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-34786/OKLC_Efimova.pdf.
- Efimova, Lilia/Aldo de Moor (2005): *Beyond personal webpublishing: An exploratory study of conversational blogging practices*. In: *Proceedings of the Thirty-Eighth Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-38)*, 3-6 January 2005. Online verfügbar: https://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-44480/HICSS05_Efimova_deMoor.pdf.
- Efimova, Lilia/Stephanie Hendrick/Anjo Anjewierden (2005): *Finding „the life between buildings“: an approach for defining a weblog community*. Vortrag bei der „Internet Research 6.0: Internet Generations“-Konferenz, 5.-9. Oktober 2005, Chicago. Online verfügbar: https://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-55092/AOIR_blog_communities.pdf.
- Eigner, Christian/Helmut Leitner/Peter Nausner/Ursula Schneider (2003): *Online-Communities, Weblogs und die soziale Rückeroberung des Netzes*. Graz.
- Elias, Norbert (1939): *Über den Prozess der Zivilisation*. 2 Bände. Frankfurt.
- Euro RSCG Magnet (2005): *The Euro RSCG Magnet Survey of Media. Executive Summary*. Online-Publikation: http://jackie.dvcotechnology.com/magnet_media/file.php/binaries/23/FinalDeck.pdf.
- Feldman, Martha/Brian Pentland (2003): *Reconceptualizing Organizational Routines as a Source of Flexibility and Change*. In: *Administrative Science Quarterly*, Nr. 48, S. 94-118.
- Fiedler, Sebastian (2003): *Personal Webpublishing as a reflective conversational tool for self-organized learning*. In: Burg, Thomas N. (Hrsg.): *BlogTalks*. Wien. S. 197-216.
- Fischer, Tim (2005): *Die Entwicklung von Weblog Issues am Beispiel des Klingeltonanbieters Jamba*. In: Picot, Arnold/Tim Fischer (Hrsg.): *Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld*. Hannover. S. 247-252.
- Fittkau & Maaß (2005): *Weblogs – ein überschätztes Phänomen. Presseinformation zur 21. WWW-Benutzer-Analyse W3B*. Hamburg. Online verfügbar: http://www.fittkaumaass.com/download/W3B21_Studie_Weblog.pdf.
- Fjaervik, Steffen (2005): *Blogger Gets the Top Spot*. In: *eMedia Tidbits*, 18.11.2005. Online-Publikation: <http://www.poynter.org/column.asp?id=31&aid=92396>.

- Flick, Uwe (2000): *Qualitative Forschung. Theorie, Methoden, Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften*. 5. Auflage. Reinbek bei Hamburg.
- Foley, John (2005): *The Weblog Question*. In: *Information Week*, 31.1.2005. Online verfügbar: <http://www.informationweek.com/story/showArticle.jhtml?articleID=59100462>.
- Franz, Julia (2005): *Praktiken des Bloggens im Spannungsfeld von Demokratie und Kontrolle*. 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/B6_2005_Franz.pdf.
- Früh, Werner (2004): *Inhaltsanalyse: Theorie und Praxis*. 5. Auflage. Konstanz.
- Garstka, Hansjürgen (2003): *Informationelle Selbstbestimmung und Datenschutz. Das Recht auf Privatsphäre*. In: Schulzki-Haddouti, Christiane (Hrsg.): *Bürgerrechte im Netz. Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung*, Band 382. Bonn. S. 48-70.
- Gasson, Susan (2005): *The dynamics of sensemaking, knowledge, and expertise in collaborative, boundary-spanning design*. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, Jg. 10, Nr. 4. Online-Publikation: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue4/gasson.html>.
- Gebhardt, Julian (2001): *Inszenierung und Verortung von Identität in der computervermittelten Kommunikation. Rahmenanalytische Überlegungen am Beispiel des „Online-Chat“*. In: *kommunikation@gesellschaft*, Jg. 2, 2001, Beitrag 7. Online-Publikation: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B7_2001_Gebhardt.pdf.
- Giddens, Anthony (1988): *Die Konstitution der Gesellschaft*. Frankfurt/New York.
- Gill, Kathy E. (2004): *How can we measure the influence of the Blogosphere?* Vortrag bei der "WWW2004 conference", 17-22.5.2004, New York. Online verfügbar: http://faculty.washington.edu/kegill/pub/www2004_blogosphere_gill.pdf.
- Gillmor, Dan (2004): *We the Media*. Sebastopol, CA.
- Glaser, Mark (2005): *Did London bombings turn citizen journalists into citizen paparazzi?* In: *Online Journalism Review*, 12.7.2005. Online-Publikation: <http://www.ojr.org/ojr/stories/050712glaser/>.
- Glock, Friedrich (2003): *Design Tools and Framing Practices*. In: *Computer Supported Cooperative Work*, Nr. 12. S. 221-239.
- Goffman, Erving (1976): *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. 3. Auflage. München.
- Goffman, Erving (1977): *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*. Frankfurt.
- Goggin, Gerard (2005): *„Have fun and change the world“: Moblogging, Mobile Phone Culture and the Internet*. Vortrag bei der Konferenz „BlogTalk Downunder“, 20.-21.5.2005, Sydney. Online verfügbar: http://incsub.org/blogtalk/?page_id=119.
- Gorny, Eugene (2004): *Russian LiveJournal: National specifics in the development of a virtual community*. Online-Publikation: http://www.ruhr-uni-bochum.de/russ-cyb/library/texts/en/gorny_rlj.pdf.
- Granovetter, Mark (1973): *The strength of weak ties*. In: *American Journal of Sociology*, Vol. 78, S. 1360-1380.
- Grassmuck, Volker (2004): *Freie Software. Zwischen Privat- und Gemeineigentum*. 2. Auflage. Bonn. Online verfügbar: <http://freie-software.bpb.de/>.
- Green, Sandra (2004): *Individualisierung und Wissensarbeit. Individualisierungsprozesse in Unternehmen und ihre Auswirkungen am Beispiel der Personalorganisation*. Wiesbaden.
- Gruhl, Daniel/Ramanathan Guha/David Liben-Nowell/Andrew Tomkins (2004): *Information Diffusion through Blogspace*. In: *Proceedings of the 13th International World Wide Web Conference*, Mai 2004. New York. S. 491-501. Online verfügbar: <http://theory.lcs.mit.edu/~dln/papers/blogs/idib.pdf>.
- Grunwald, Achim/Gerhard Banse/Christopher Coenen/Leonhard Hennen (2005): *Internet und Demokratie. Endbericht zum TA-Projekt „Analyse netzbasierter Kommunikation unter kulturellen Aspekten“*. Arbeitsbericht des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag, Nr. 100. Berlin.
- Gumbrecht, Michelle (2004): *Blogs as „Protected Space“*. Vortrag bei der World Wide Web Conference, 17-22.4.2004, New York. Online verfügbar: <http://www.blogpulse.com/papers/www2004gumbrecht.pdf>.
- Gurak, Laura/Smiljana Antonijevic/Laurie Johnson/Clancy Ratliff/Jessica Reyman (Hrsg.) (2004): *Into the Blogosphere. Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs*. Online-Publikation: <http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/>.
- Haas, Tanni (2005): *From „Public Journalism“ to the „Public’s Journalism“? Rhetoric and reality in the discourse on weblogs*. In: *Journalism Studies*, Jg. 6, Nr. 3, 2005. S. 387-396.
- Habermas, Jürgen (1968): *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Neuwied.
- Haeusler, Johnny (2005): *Spreeblick Verlag KG gegründet*. In: *Spreeblick*, 11.6.2005. Online-Publikation: <http://www.spreeblick.com/2005/06/11/spreeblick-verlag-kg-gegrundet/>.
- Hagel, John III/Arthur G. Armstrong (1997): *Net Gain – Profit im Netz. Märkte erobern mit virtuellen Gemeinschaften*. Wiesbaden.
- Halverson, Christine A. (2004): *The Value of Persistence: A study of the creation, ordering and use of conversation archives by a knowledge worker*. In: *Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences*. Online verfügbar: <http://csdl.computer.org/comp/proceedings/hicss/2004/2056/04/205640108a.pdf>.
- Hargittai, Eszter (2005): *Re: an Ess-ian Q: when does the personal becomes public?* Beitrag zur "AIR-L"-Mailingliste, 5.9.2005. Online verfügbar: <http://listserv.aoir.org/pipermail/air-l-aoir.org/2005-September/008384.html>.
- Hasse, Raimund/Josef Wehner (1997): *Vernetzte Kommunikation. Zum Wandel strukturierter Öffentlichkeit*. In: Becker, Barbara/Michael Paetau (Hrsg.): *Virtualisierung des Sozialen. Die Informationsgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung*. Frankfurt. S. 53-80.
- Haußer, Karl (1995): *Identitätspsychologie*. Berlin.
- Haythornthwaite, Caroline (2005): *Introduction: Computer Mediated Collaborative Practices*. In: *Journal of Computer Mediated Communication*, Jg. 10, Nr. 4, Beitrag 11. Online-Publikation: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue4/haythornthwaite.html>.

- Heer, Jeffrey/Danah Boyd (2005): Vizster. Visualizing Online Social Networks. Vortrag beim „IEEE Symposium on Information Visualization 2005“, 23.-25.10.2005, Minneapolis. Online verfügbar: <http://jheer.org/publications/2005-Vizster-InfoVis.pdf>.
- Heintz, Bettina (2004): Emergenz und Reduktion. Neue Perspektiven auf das Mikro-Makro-Problem. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Jg. 56, Nr. 1. S. 1-31.
- Heiss, Silke F. (2004): Personale und interpersonale Faktoren für die Wissenskommunikation in Communities of Practice. In: Reinhardt, Rüdiger/Martin J. Eppler (Hrsg.): Wissenskommunikation in Organisationen. Methoden, Instrumente, Theorien. Berlin u. a. S. 157-176.
- Heltsche, Maren (2005): Blogs im Dienst politischer Kommunikation. In: politik-digital.de, 20.10.2005. Online-Publikation: <http://www.politik-digital.de/edemocracy/wahlkampf/bundestagswahl05/ausschnittwahlblogs051020.shtml>.
- Hepp, Andreas (2004): Netzwerke der Medien. Medienkulturen und Globalisierung. Wiesbaden.
- Herring, Susan/Inna Kouper/Lois Ann Scheidt/Elijah Wright (2004b): Women and children last: The discursive construction of weblogs. In: Gurak, Laura/Smiljana Antonijevic/Laurie Johnson/Clancy Ratliff/Jessica Reyman (Hrsg.): Into the Blogosphere. Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs. Online-Publikation: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html.
- Herring, Susan/Lois Scheidt/Sabrina Bonus/Elijah Wright (2004a): Bridging the Gap. A genre analysis of Weblogs. Vortrag bei der “37th Hawaii International Conference on System Sciences”, 5.-8.1.2004, Hawaii. Online verfügbar: <http://www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/herring.pdf>.
- Hewitt, Hugh (2005): Blog. Understanding the information reformation that's changing your world. Nashville.
- Hienzsch, Ulrich/Elizabeth Prommer (2004): Die Dean-Netroots - Die Organisation von interpersonaler Kommunikation durch das Web. In: Hasebrink, Uwe/Lothar Mikos/Elizabeth Prommer (Hrsg.): Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen. München. S. 147-172.
- Hiler, John (2002a): Google Loves Blogs. How Weblogs influence a Billion Google Searches a week. In: Microcontent News, 26.2.2002. Online-Publikation: <http://www.microcontentnews.com/articles/googleblogs.htm>.
- Hiler, John (2002b): Google Time Bomb. Will Weblogs blow up the world's favorite search engine? In: Microcontent News, 3.3.2002. Online-Publikation: <http://www.microcontentnews.com/articles/googlebombs.htm>.
- Hitzler, Roland/Anne Honer/Christoph Maeder (Hrsg.) (1994): Expertenwissen - Die institutionalisierte Kompetenz zur Konstruktion der Wirklichkeit. Opladen.
- Hoffmann, Marcel/Kai-Uwe Loser/Thomas Herrmann (2001): Organisatorisches Wissensmanagement. In: Schwabe, Gerhard/Norbert Streitz/Rainer Unland (Hrsg.): CSCW-Kompendium. Lehr- und Handbuch zum computerunterstützten kooperativen Arbeiten. Berlin u. a. S. 476-483.
- Hoffmann, Nicole (2006): Von mobilen Logbüchern und vermeintlichen Ja-Sagern. Das world wide web als Ort mobiler Wissenskonstruktion und -subversion. In: Gebhardt, Winfried/Ronald Hitzler (Hrsg.): Nomaden, Vagabunden oder Flaneure? Wissensformen und Denkstile der Gegenwart. Wiesbaden. Im Druck.
- Höflich, Joachim R. (1996): Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen organisatorischer Medienverwendung, Konstitution „elektronischer Gemeinschaften“. Opladen.
- Höflich, Joachim R. (1997): Zwischen massenmedialer und technisch vermittelter Kommunikation – der Computer als Hybridmedium und was die Menschen damit machen. In: Beck, Klaus/Gerhard Vowe (Hrsg.): Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation? Berlin. S. 85-104.
- Höflich, Joachim R. (2003): Mensch, Computer und Kommunikation: Theoretische Verortungen und empirische Befunde. Frankfurt a.M.
- Huffaker, David A./Sandra L. Calvert (2005): Gender, Identity, and Language Use in Teenage Blogs. In: Journal of Computer-Mediated Communication, Jg. 10, Nr. 2. Online-Publikation: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html>.
- Ito, Joichi (2004): Weblogs und Demokratieentwicklung. Tokio. Online-Publikation: http://joi.ito.com/static/emergent_democracy_de.pdf.
- Jadin, Tanja/Bernad Batinic (2005): Weblog im Einsatz bei Online-Gruppenarbeiten. Ein effektives Lernwerkzeug? Vortrag beim Workshop „Weblogs '05“, 16./17.11.2005, Linz. Online verfügbar: http://www.elearning.jku.at/dateien/jadin/Vortrag_Weblog05.pdf.
- Jankowski, Nicholas W. (2002): Creating Community with Media: History, Theories and Scientific Investigations. In: Lievrouw, Leah; Livingstone, Sonia (Hrsg.) (2002): Handbook of New Media. London. S. 34-49.
- Jankowski, Nicholas/Ole Prehn/James Stappers (Hrsg.) (1992): The people's voice. Local radio and television in Europe. London.
- Jansen, Dorothea (2003): Einführung in die Netzwerkanalyse. 2. Auflage. Opladen.
- Jarren, Otfried/Kurt Imhof/Roger Blum (Hrsg.) (2000): Zerfall der Öffentlichkeit? Wiesbaden.
- Johnson, Bobbie (2005): The mum, the nanny, her blog and some others. In: Guardian Unlimited Technology Blog, 20.7.2005. Online-Publikation: http://blogs.guardian.co.uk/technology/archives/2005/07/20/the_mum_the_nanny_her_blog_and_some_others.html.
- Kahn, Richard/Douglas Kellner (2004): New media and internet activism: from the „Battle of Seattle“ to blogging. In: New Media & Society, Jg. 6, Nr. 1. S. 87-95.
- Kaiser, Stephan/Gordon Müller-Seitz (2005a): Knowledge Management via a Novel Information Technology – The Case of Corporate Weblogs. In: Journal of Universal Computer Science, Special Issue: Proceedings of I-Know '05: 5th International Conference on Knowledge Management, S. 465-473.
- Kaiser, Stephan/Gordon Müller-Seitz (2005b): Unleashing Passion for Knowledge – Examining Weblogs as a Communication Technology to Foster Organizational Knowledge and Learning. Vortrag bei der “6th International Conference on Organizational Learning and Knowledge”, 9.-11.6.2005, Trento.
- Kantel, Jörg (2002): Archäologie des Bloggens. In: Texte zur Wirtschaft, 25.9.2002. Online-Publikation: http://www.tzw.biz/www/home/article.php?p_id=2028.
- Katz, Elihu/Lazarsfeld Paul F. (1955): Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communication. Glencoe.
- Kausch, Martina (2005): Weblogs in der Wahlkampagne der SPD am Beispiel der WebSozis. Vortrag beim Workshop „Weblogs '05“, 16./17.11.2005, Linz.

- Kesmodel, David (2005): „Splogs“ Roil Web, and Some Blame Google. In: Wall Street Journal Online, 19.10.2005. Online-Publikation: http://online.wsj.com/public/article/SB112968552226872712-h37m_YUT3BqCvLRfh6rqzKObnE_20061019.html.
- Kilchmann, Esther (2004): „Ich bin nur ein fiktionaler Charakter, hey?“. Frankfurter Allgemeine Zeitung, 16.07.2004, Nr. 163, S. 40.
- Koh, Andy/Alvin Lim/Ng Ee Soon/Benjamin H. Detenber/Mark Cenite (2005): Ethics in Blogging. Bericht der School of Communication and Information, Nanyang Technological University, Singapur. Online-Publikation: <http://weblogethics.blogspot.com/2005/07/ethics-in-blogging-2005.html>.
- Kottke, Jason (2003): Weblogs and Power Laws. In: Kottke.org, 9.2.2003. Online-Publikation: <http://www.kottke.org/03/02/weblogs-and-power-laws>.
- Kozlov, Slava (2004): Achieving Privacy in Hyper-Blogging Communities: Privacy Management for Ambient Intelligence. Vortrag beim Workshop „WHOLEs. A Multiple View of Individual Privacy in a Networked World“, 30-31.01.2004, Stockholm. Online verfügbar: <http://www.sics.se/privacy/wholes2004/papers/kozlov.pdf>.
- Kuhn, Martin (2005): C.O.B.E: A Proposed Code of Blogging Ethics. Online-Publikation: <http://rconversation.blogs.com/COBE-Blog%20Ethics.pdf>.
- Kumar, Ravi/Jasmine Novak/Prabhakar Raghavan/Andrew Tomkins (2004): Structure and evolution of Blogspace. In: Communications of the ACM, Jg. 47, Nr. 12. S. 35-39.
- Lassica, JD (2003): What is Participatory Journalism? Online Journalism Review, 7.8.2003. Online-Publikation: <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php>.
- Lau, Jörg (2005): In Weblogistan. In: Die ZEIT, 16.6.2005. S. 42.
- Lave Jean/Wenger Etienne (1991), Situated Learning – Legitimate Peripheral Participation, Cambridge.
- Lenhart, Amanda/Mary Madden (2005): Teen Content Creators and Consumers. „Pew Internet & American Life Project“ research report. Washington. Online verfügbar: http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_Content_Creation.pdf.
- Lievrouw, Leah (2002): Determination and Contingency in New Media Development: Diffusion of Innovations and Social Shaping of Technology Perspectives. In: Lievrouw, Leah/Sonia Livingstone (Hrsg.): Handbook of New Media. London. S. 183-199.
- Lievrouw, Leah A./Sonia Livingstone (2002): The social shaping and consequences of ICTs. In: Dies. (Hrsg.): Handbook of new media. Social shaping and consequences of ICTs. London. S. 1-15.
- Lin, Nan (1999): Building an Network Theory of Social Capital. In: Connections, Jg. 22, Nr. 1. S. 28-51.
- Lorenz-Meyer, Lorenz (2005): Trendanalyse: Wie werden sich die digitale Medienszene und der klassische Journalismus entwickeln? In: Netzwerk Recherche (Hrsg.): Online-Journalismus. Chancen, Risiken und Nebenwirkungen der Internet-Kommunikation. Wiesbaden. S. 43-49.
- Lübcke, Maren/Rasco Perschke (2004): Communication Networks: Developing a new framework for describing and analysing online-communication. Vortrag bei der „RC33 Sixth International Conference on Social Science Methodology“, 16-20.8.2004. Amsterdam.
- Lueg, Christopher/Danyel Fisher (Hrsg.): From Usenet to CoWebs. Interacting with Social Information Spaces. London.
- LVZ (2005): „Pseudojournalismus“. In Leipziger Volkszeitung, 22.9.2005. Online verfügbar: <http://www.lvz-online.de/lvz-heute/8202.html>.
- Lyons, Daniel (2005): Attack of the Blogs. In: Forbes Magazine, 14.11.2005. Online verfügbar: http://www.forbes.com/forbes/2005/1114/128_print.html.
- Machilek, Franz/Astrid Schütz/Bernd Marcus (2004): Selbstdarsteller oder Menschen wie du und ich? Intentionen und Persönlichkeitsmerkmale von Homepagebesitzer/innen/n. In: Zeitschrift für Medienpsychologie, Jg. 16, Nr. 3, S. 88-98.
- Machill, Marcel/Christoph Neuberger/Wolfgang Schweiger/Werner Wirth (2003): Wegweiser im Netz: Qualität und Nutzung von Suchmaschinen. In: Machill, Marcel/Carsten Welp (Hrsg.): Wegweiser im Netz. Qualität und Nutzung von Suchmaschinen. Gütersloh. S. 13-490.
- MacKinnon, Rebecca (2005): Conference Report: Blogging, Journalism & Credibility. Battleground and Common Ground. 21./22. Januar 2005, Harvard University. Online-Publikation: http://cyber.law.harvard.edu:8080/webcred/wp-content/webcredfinalpdf_01.pdf.
- Maier, Ronald (2004): Knowledge Management Systems. Information and Communication Technologies for Knowledge Management. Berlin.
- Malhotra, Arvind/Ann Majchrzak (2004): Enabling knowledge creation in far-flung teams: best practices for IT support and knowledge sharing. In: Journal of Knowledge Management, Jg. 8, Nr. 4. S. 75-88.
- Malsch, Thomas/Christoph Schlieder (2002): Communication without Agents? From Agent-Oriented to Communication-Oriented Modeling. In: Lindemann, Gabriela/Daniel Moldt/Mario Paolucci (Hrsg.): Regulated Agent-Based Social Systems: First International Workshop, RASTA 2002. Berlin/Heidelberg. S. 113-133.
- Mansell, Robin/Roger Silverstone (Hrsg.) (1996): Communication by Design. The politics of information and communication technologies. Oxford.
- Marlow, Cameron (2005): The structural determinants of media contagion. Boston.
- Marr, Mirko (2004): Wer hat Angst vor der digitalen Spaltung? Zur Haltbarkeit des Bedrohungsszenarios. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, Jg. 52, Nr. 1, 2004. S. 76-94.
- Matheson, Donald (2004): Weblogs and the epistemology of the news: some trends in online journalism. In: New Media & Society, Jg. 6, Nr. 4. S. 443-468.
- Matzat, Uwe (2003): Cooperation and Community on the Internet. Past Issues and Present Perspectives for theoretical-empirical research. In: Analyse & Kritik, Jg. 26, Nr. 1. S. 63-90. Online verfügbar: <http://www.tue-tm-soc.nl/users/matzat/matzat-2004-analyse-kritik.pdf>.
- Mayer-Uellner, Robert (2003): Das Schweigen der Lurker. Politische Partizipation und soziale Kontrolle in Online-Diskussionsforen. München.

- McKenna, Katelyn/John Bargh (1998): Coming out in the age of the Internet: Identity ‚demarginalization‘ from virtual group participation. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, Jg. 75, Nr. 3. S. 681-694.
- McNeill, Laurie (2003): Teaching an old genre new tricks: The diary on the Internet. In: *Biography*, Jg. 26, Nr. 1. S. 24-47.
- Mead, George Herbert (1968): Geist, Identität und Gesellschaft. Frankfurt am Main.
- Meuser, Michael/Ulrike Nagel (1991): ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Garz, Detlev/Klaus Kraimer (Hrsg.): *Qualitativ-empirische Sozialforschung*. S. 441-468. Opladen.
- Meuser, Michael/Ulrike Nagel (1994): Expertenwissen und Experteninterview. In: Hitzler, Roland/Anne Honer/Christoph Maeder (Hrsg.): *Expertenwissen*. Opladen. S. 180-192.
- Miller, Carolyn R./Dawn Sheperd (2004): Blogging as social action: A genre analysis of the Weblog. In: Gurak, Laura/Smiljana Antonijevic/Laurie Johnson/Clancy Ratliff/Jessica Reyman (Hrsg.): *Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs*. Online-Publikation: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action_a_genre_analysis_of_the_weblog.html.
- Misoch, Sabina (2004): Identitäten im Internet. Selbstdarstellung auf privaten Homepages. Konstanz.
- Möller, Erik (2005): Die heimliche Medienrevolution. Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern. Hannover.
- Morner, Michèle (2003): The emergence of open-source software projects: How to stabilize self-organizing processes in emergent systems. In: Hernes, Tore/Tor Bakke (Hrsg.): *Autopoietic organizational theory: Drawing on Niklas Luhmann's social systems perspective*. Oslo. S. 259-271.
- Mortensen, Torill/Jill Walker (2002): Blogging thoughts: personal publication as an online research tool. In: Morrison, Andrew (Hrsg.): *Researching ICTs in context. Intermedia Report 3/2002*, University of Oslo. Oslo. S. 249-279. Online verfügbar: <http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching ICTs in context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf>.
- Münch, Richard/Jan Schmidt (2005): Medien und sozialer Wandel. In: Jäckel, Michael (Hrsg.): *Lehrbuch der Mediensoziologie*. Opladen. S.201-218.
- N24 (2005): US-Armee erlaubt Soldaten-Weblogs. Meldung vom 14.6.2005. Online verfügbar: <http://www.n24.de/wirtschaft/multimedia/index.php/n2005061415211700002>.
- Nardi, Bonnie A./Diane J. Schiano/Michelle Gumbrecht/Luke Swartz (2004): Why we Blog. In: *Communications of the ACM*, Jg. 47, Nr. 12, December 2004. S. 41-46.
- Neuberger, Christoph (2003): Google, Blogs & Newsbots. Mediatoren der Internetöffentlichkeit. Vortrag beim Kongreß „Strukturwandel der Öffentlichkeit 2.0 – Mediendemokratie = Medien + Demokratie?“, Dezember 2003, Berlin. Online verfügbar: <http://www.bpb.de/files/AJGN9T.pdf>.
- Neuberger, Christoph (2005a): Formate der aktuellen Internetöffentlichkeit. Über das Verhältnis von Weblogs, Peer-to-Peer-Angeboten und Portalen zum Journalismus. In: *Medien und Kommunikationswissenschaft*, Jg. 53., Nr. 1. S. 73-92.
- Neuberger, Christoph (2005b): Weblogs verstehen. Über den Strukturwandel der Öffentlichkeit im Internet. In: Picot, Arnold/Tim Fischer (Hrsg.): *Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld*. Hannover. S. 113-129.
- Neumann-Braun, Klaus (2000): Das Ende des Privaten? Web Cam-Angebote und deren Rezeption - eine Fallstudie. In: *Kommunikation@Gesellschaft*, Beitrag 1/2000. Online-Publikation: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B1_2000_Neumann-Braun.pdf.
- Neus, Andreas/Philipp Scherf (2005): Opening minds: cultural change with the introduction of open-source collaboration methods. In: *IBM Systems Journal*, Jg. 44, Nr. 2. S. 215-225.
- Ó Baoill, Andrew (2004): Weblogs and the Public Sphere. In: Gurak, Laura/Smiljana Antonijevic/Laurie Johnson/Clancy Ratliff/Jessica Reyman (Hrsg.): *Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs*. Online-Publikation: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblogs_and_the_public_sphere.html.
- O'Reilly, Tim (2005): What is Web 2.0. Online-Publikation: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
- Olbertz, Dirk (2004): *Das Blog-Buch. Weblogs für Einsteiger und Profis*. München.
- Olbrich, Sophie (2005): Magere Ausbeute - in der Politik sind Weblogs noch selten. In: politik-digital.de, 14.4.2005. Online-Publikation: <http://www.politik-digital.de/edemocracy/netzkultur/weblogs050414.shtml>.
- Olen, Helaine (2005) The New Nanny Diaries Are Online. In: *New York Times*, 17.7.2005. Online verfügbar: <http://www.nytimes.com/2005/07/17/fashion/sundaystyles/17LOVE.html>.
- Ostleitner, Alexander/Michael Schuster (Hrsg.) (2004): *Readme.txt. Twoday.net 2003-2004*. Norderstedt.
- Otto, Hans-Uwe/Nadia Kutscher/Alexandra Klein/Stefan Iske (2005): Soziale Ungleichheit im virtuellen Raum: Wie nutzen Jugendliche das Internet? Überarbeitete Fassung eines Forschungsberichts für die Bundesinitiative „Jugend ans Netz“. Bielefeld. Online verfügbar: <http://www.bmfsfj.de/Kategorien/Forschungsnetz/forschungsberichte,did=14282.html>.
- Palen, Leysia/Paul Dourish (2003): Unpacking „Privacy“ for a Networked World. In: *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. Fort Lauderdale. S. 129-136.
- Paquet, Sébastien (2002): Personal knowledge publishing and its uses in research. In: *Seb's Open Research*, 3. Oktober 2002. Online-Publikation: <http://radio.weblogs.com/0110772/stories/2002/10/03/personalKnowledgePublishingAndItsUsesInResearch.html>.
- „Parker“ (Pseudonym) (2005): Frontline Blogging. In: *This is rumour control*, 20. April 2005. Online-Publikation: <http://www.thisisrumorcontrol.org/node/2079>.
- Patil, Sameer/Alfred Kobsa (2004): Instant Messaging and Privacy. In: *Proceedings of HCI 2004*, Leeds. S.85-88. Online verfügbar: <http://www.ics.uci.edu/~kobsa/papers/2004-HCI-kobsa.pdf>.

- Paus-Haase, Ingrid/Uwe Hasebrink/Uwe Mattusch/Susanne Keuneke/Friedrich Krotz (1999): Talkshows im Alltag von Jugendlichen. Der tägliche Balanceakt zwischen Orientierung, Amusement und Ablehnung. Opladen.
- Pax, Salam (2003): *The clandestine diary of an ordinary Iraqi*. New York.
- Perschke, Rasco/Maren Lübcke (2005): Zukunft Weblog?! – Lesen, Schreiben und die Materialität der Kommunikation. Anmerkungen zu einem neuen Typus der On-line 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_Luebke.pdf.
- Perseus (2003): *The Blogging Iceberg*. Online-Publikation: <http://www.perseus.com/blogsurvey/iceberg.html>.
- Perseus (2005): *The Blogging Geysier*. Online-Publikation: <http://www.perseus.com/blogsurvey/geyser.html>.
- Picot, Arnold/Tim Fischer (Hrsg.) (2005): *Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld*. Hannover.
- Pinchot, Gifford (1988): *Intrapreneuring. Mitarbeiter als Unternehmer*. Wiesbaden.
- Pleil, Thomas (2005): Öffentliche Meinung aus dem Netz? Neue Internet-Anwendungen und Public Relations. In: Arnold, Klaus/Christoph Neuberger (Hrsg.): *Alte Medien – Neue Medien. Theorien, Beispiele, Prognosen. Festschrift für Jan Tonnemacher*. Wiesbaden. S. 242 - 262.
- Poor, Nathaniel (2005): Mechanisms of an Online Public Sphere: The Website Slashdot. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, Jg. 10, Nr. 2. Online-Publikation: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/kvasny.html>.
- Postmes, Tom/Russell Spears/Martin Lea (2000): The Formation of Group Norms in Computer-Mediated Communication. In: *Human Communication Research*, Jg. 26, Nr. 3, July 2000. S. 341-371.
- Proximity (2005): *Corporate Blogging – Chance für den Dialog*. Hamburg.
- Putnam, Robert D. (2000): *Bowling Alone. The collapse and revival of American community*. London/New York.
- Quintas, Paul (1996): Software by design. In: Mansell, Robin/Roger Silverstone (Eds.): *Communication by Design. The politics of information and communication technologies*. Oxford. S. 75-102.
- Rainie, Lee (2005): The state of blogging. Pew Internet & American Life Project Data Memo. Januar 2005. Online verfügbar: http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_blogging_data.pdf.
- Rammert, Werner (1993): Technik aus soziologischer Perspektive. Forschungsstand – Theorieansätze – Fallbeispiele. Ein Überblick. Opladen.
- Raymond, Eric (1999): *The Cathedral & the Bazaar. Musings on Linux and Open Source by an accidental revolutionary*. New York.
- Reckwitz, Andreas (1997): Struktur. Zur sozialwissenschaftlichen Analyse von Regeln und Regelmäßigkeiten. Opladen.
- Reckwitz, Andreas (2003): Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken: Eine sozialtheoretische Perspektive. In: *Zeitschrift für Soziologie*, Jg. 32, Nr. 4, S. 282-301.

- Reichmayr, Ingrid (2005): Weblogs von Jugendlichen als Bühnen des Identitätsmanagements. Eine qualitative Untersuchung. 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/B8_2005_Reichmayr.pdf.
- Reid-Steere, Elizabeth (2000): Das Selbst und das Internet: Wandlungen der Illusionen vom einen Selbst. In: Thiedeke, Udo (Hrsg.): *Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen*. Wiesbaden. S. 273-291.
- Reinhardt, Rüdiger/Martin J. Eppler (Hrsg.) (2004): *Wissenskommunikation in Organisationen. Methoden, Instrumente, Theorien*. Berlin u. a.
- Renner, Karl-Heinz/Astrid Schütz/Franz Machilek (Hrsg.) (2005): *Internet und Persönlichkeit. Differentiell-psychologische und diagnostische Aspekte der Internetnutzung*. Göttingen u. a.
- Reporters without Borders (2005): *Handbook for Bloggers and Cyber-Dissidents*. Paris. Online verfügbar: http://www.rsf.org/IMG/pdf/handbook_bloggers_cyberdissidents-GB.pdf.
- Rheingold, Howard (1994): *Virtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers*. Bonn.
- Robes, Jochen (2005): What's in it for me? Über den Nutzen von Weblogs für Wissensarbeiter. In: *IM - Information Management & Consulting*, Nr. 3. Online verfügbar: http://www.weiterbildungsblog.de/archives/whats_in_it_for_me.pdf.
- Rogers, Everett M. (1983): *Diffusion of Innovation*. New York.
- Röll, Martin (2005a): Corporate E-Learning mit Weblogs und RSS. In: Hohenstein, Andreas/Karl Wilbers (Hrsg.): *Handbuch E-Learning. Expertenwissen aus Wissenschaft und Praxis. Ergänzungslieferung April 2005, Beitrag 5.11*. Köln.
- Röll, Martin (2005b): Knowledge Blogs. Persönliche Weblogs im Intranet als Werkzeuge im Wissensmanagement. In: Picot, Arnold/Tim Fischer (Hrsg.): *Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld*. Hannover. S. 95-110.
- Rössler, Patrick (1997): *Agenda Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese*. Opladen.
- Rössler, Patrick/Werner Wirth (2001): Inhaltsanalysen im World Wide Web. Probleme und Perspektiven. In: Wirth, Werner/Edmund Lauf (Hrsg.): *Inhaltsanalyse. Perspektiven, Probleme, Potenziale*. Köln. S. 280-302.
- Roush, Wade (2005): Social Machines. In: *Technology Review*. August 2005. Online verfügbar: http://www.technologyreview.com/articles/05/08/issue/feature_social.asp.
- Rucht, Dieter (2004): The quadruple ‚A‘. Media strategies of protest movements since the 1960s. In: van de Donk, Wim/Brian D. Loader/Paul G. Nixon/Dieter Rucht (Hrsg.): *Cyberprotest. New Media, Citizen and Social Movements*. London/New York. S. 29-56.
- Saxer, Ulrich (1999): Organisationskommunikation aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht. Eine Standortbestimmung. In: Szyszka, Peter (Hrsg.): *Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation*. Opladen/Wiesbaden. S. 21-36.
- Schenk, Michael (1995): *Soziale Netzwerke und Massenmedien*. Tübingen.

- Schlobinski, Peter/Torsten Siever (Hrsg.) (2005): Sprachliche und textuelle Aspekte in Weblogs. Ein internationales Projekt. In: *Networx*, Nr. 46. Hannover. Online verfügbar: <http://www.mediensprache.net/networx/networx-46.pdf>.
- Schmidt, Jan (2005a): Der virtuelle lokale Raum. Zur Institutionalisierung lokalbezogener Online-Nutzungsepisoden. München.
- Schmidt, Jan (2005b): Der Einfluß von Weblogs auf Ankündigung und Rücklauf von Online-Befragungen. Berichte der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“ 05-02. Bamberg. Online verfügbar: <http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkbericht0502.pdf>.
- Schmidt, Jan (2005c): Wahlkampf '05 in der Blogosphäre. In: politik-digital.de, 26.5.2005. Online-Publikation: http://www.politik-digital.de/edemocracy/wahlkampf/wahlkampf_blogosphere050525.shtml.
- Schmidt, Jan/Florian Mayer (2006): Weblogs und Wikis in der universitären Lehre. Ergebnisse einer Seminarevaluation. Berichte der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“ 06-02. Bamberg. Online verfügbar: <http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkbericht0602.pdf>.
- Schmidt, Jan/Schönberger, Klaus/Stegbauer, Christian (2005b): Erkundungen von Weblog-Nutzungen. Anmerkungen zum Stand der Forschung. In: Dies. (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/B4_2005_Schmidt_Schoenberger_Stegbauer.pdf.
- Schmidt, Jan/Schönberger, Klaus/Stegbauer, Christian (Hrsg.) (2005a): 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/>.
- Schneider, Steven M./Kirsten A. Foot (2004): The web as an object of study. In: *New Media and Society*, Jg. 6, Nr. 1. S. 114-122.
- Schnell, Rainer/Paul B. Hill/Elke Esser (2005): Methoden der empirischen Sozialforschung. 7. überarbeitete Auflage. München.
- Schön, Stefan (2000): Gestaltung und Unterstuetzung von Communities of Practice. München.
- Schönberger, Klaus (2000): Internet und Netzkommunikation im sozialen Nahbereich. Anmerkungen zum langen Arm des 'real life'. In: *forum medienethik* 2/2000: Netzwelten, Menschenwelten, Lebenswelten. Kommunikationskultur im Zeichen von Multimedia. S. 33-42.
- Schönberger, Klaus (2005): Persistente und rekombinante Handlungs- und Kommunikationsmuster in der Weblog-Nutzung. Mediennutzung und soziokultureller Wandel. In: Schütz, Astrid/Stephan Habscheid/Werner Holly/Josef Krems/Günther G. Voß (Hrsg.): *Neue Medien im Alltag*. Befunde aus den Bereichen: Arbeit, Leben und Freizeit. Lengerich. S. 276-294.
- Schönberger, Klaus (2006): Weblogs: Persönliches Tagebuch, Wissensmanagement-Werkzeug und Publikationsorgan. In: Schlobinski, Peter (Hrsg.): *Sprache und Kommunikation in den Neuen Medien*. DUDEN, Thema Deutsch, Bd. 7. Mannheim u. a. In Vorbereitung.
- Schöneborn, Dennis B. (2005): Impression Management Beats Knowledge Management. Exploring the (In-)Visibility of Decision Processes in Project Documentation. Vortrag bei der "First European Communication Conference", 24.-26.11.2005, Amsterdam.
- Schulzer, Gerhard (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Frankfurt/New York.
- Schuster, Michael (2004): Applying Social Network Analysis to a small Weblog Community: Hubs, Power Laws, the Ego Effect and the Evolution of Social Networks. Vortrag bei der Konferenz „Blogtalk 2.0“, 5-6.7.2004, Wien. Online verfügbar: http://www.knallgrau.at/blogtalk/files/twoday.net_network.pdf.
- Scott, Esther (2004): „Big Media“ meets the „Bloggers“: Coverage of Trent Lott's Remarks at Strom Thurmond's Birthday Party. Kennedy School of Government Case Study C14-04-1731.0. Online verfügbar: http://www.ksg.harvard.edu/presspol/Research_Publications/Case_Studies/1731_0.pdf.
- Shirky, Clay (2002): Weblogs and the Mass Amateurization of Publishing. In: Clay Shirky's Writings about the Internet, 3.10.2002. Online-Publikation: http://www.shirky.com/writings/weblogs_publishing.html.
- Shirky, Clay (2003): Power Laws, Weblogs, and Inequality. In: Clay Shirky's Writings about the Internet, 8.2.2003. Online-Publikation: http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html.
- Siegert, Michael T./Michael Chapman (1987): Identitätstransformationen im Erwachsenenalter. In: Frey, Hans-Peter/Karl Haußer (Hrsg.): *Identität. Entwicklungen psychologischer und soziologischer Forschung*. Stuttgart. S. 139-150.
- Sifry, David (2005): State of the Blogosphere, October 2005. In: Sifry's Alerts, 17.10.2005. Online-Publikation: <http://www.sifry.com/alerts/archives/000343.html>.
- Simmel, Georg (1895/1995): Zur Psychologie der Mode. Soziologische Studie. In: Dahme, Heinz-Jürgen/Otthein Rammstedt (Hrsg.): *Georg Simmel – Schriften zur Soziologie. Eine Auswahl*. Frankfurt. S. 131-139.
- Simmel, Georg (1908/1999): Soziologie. Untersuchungen über Formen der Vergesellschaftung. Band 11 der Gesamtausgabe (Hrsg. von O. Rammstedt), 3. Auflage. Frankfurt.
- Singer, Jane B. (2005): The political j-blogger. „Normalizing“ a new media form to fit old norms and practices. In: *Journalism*, Jg. 6, Nr. 2. S. 173-198.
- Smith, Marc (2003): Measures and Maps of Usenet. In: Lueg, Christopher/Danyel Fisher (Hrsg.): *From Usenet to CoWebs. Interacting with Social Information Spaces*. London. S. 47-78.
- Snell, James (2005): Blogging@IBM. In: *Developer Works*, 16.5.2005. Online-Publikation: http://www-128.ibm.com/developerworks/blogs/dw_blog_comments.jspa?blog=351&entry=81328.
- Sorapure, Madeleine (2003): Screening moments, scrolling lives: Diary writing on the web. In: *Biography*, Jg. 26, Nr. 1. S. 1-23.
- Spiegel Online (2005): Sonys Copyrightschutz verletzt Copyright. 19.11.2005. Online-Publikation: <http://www.spiegel.de/netzwelt/politik/0,1518,385736,00.html>.
- Stafford, Laura/Susan Kline/John Dimmick (1999): Home e-mail: relational maintenance and gratification opportunities. In: *Journal of broadcasting & electronic media*, Jg. 43, Nr. 4, S. 659-669.

- Stegbauer, Christian (2001): Grenzen virtueller Gemeinschaft. Strukturen internet-basierter Kommunikationsforen. Wiesbaden.
- Stieler-Lorenz, Brigitte/Yvonne Paarman (2004): Wissenskommunikation und Lernen in Organisationen. In: Reinhardt, Rüdiger/Martin J. Eppler (Hrsg.): Wissenskommunikation in Organisationen. Methoden, Instrumente, Theorien. Berlin u. a. S.177-197.
- Stöber, Rudolf (2003): Mediengeschichte. Die Evolution „neuer“ Medien von Gutenberg bis Gates. Eine Einführung. Zwei Bände. Wiesbaden.
- Strauss, Anselm/Juliet Corbin (1990): Grounded Theory. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Weinheim.
- Sullivan, Andrew (2002): The Blogging Revolution. Weblogs Are To Words What Napster Was To Music. In: Wired, Jg. 10, Nr. 5. Online verfügbar: <http://www.wired.com/wired/archive/10.05/mustread.html?pg=2>.
- Sunstein, Cass (2004): Democracy and Filtering. In: Communications of the ACM, Jg. 47, Nr. 12, S. 57-59.
- Süss, Daniel (2004): Mediensozialisation von Heranwachsenden. Dimensionen – Konstanten – Wandel. Wiesbaden.
- Taylor, James R. (2001): The „Rational“ Organization Reconsidered: An Exploration of Some of the Organizational Implications of Self-Organizing. In: Communication Theory, Jg. 11, Nr. 2, S. 137-177.
- Terdiman, Daniel (2004): Bloggers suffer burnout. In: Wired.com, 8.7.2004. Online-Publikation: <http://www.wired.com/news/culture/0,1284,64088,00.html>.
- The Economist (2005): Chief humanising officer. 10.2.2005. Online verfügbar: http://www.economist.com/people/displaystory.cfm?story_id=3644293.
- Theis-Berglmair, Anna M. (2003): Organisationskommunikation. Theoretische Grundlagen und empirische Forschungen. 2. Auflage. Münster.
- Thomas, Angela (2005): Fictional Blogging and the Narrative Identities of Adolescent Girls. Vortrag bei der Konferenz „BlogTalk Downunder“, 18-22.5.2005, Sidney. Online verfügbar: <http://incsub.org/blogtalk/images/AngelaThomasBlogPaper.doc>.
- TNS Infratest (2005): (N)Onliner Atlas 2005 - Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland. Hamburg.
- Tricas, Fernando/Victor Ruiz/Juan Merelo (2003): Do we live in a small world? Measuring the spanish-speaking blogosphere. Vortrag bei der Konferenz „Blogtalk 2.0“, 5-6.7.2004, Wien. Online verfügbar: <http://geneura.ugr.es/~jmerelo/habilitacion2005/papers/65.pdf>.
- Turkle, Sherry (1998): Leben im Netz. Identität im Zeitalter des Internet. Reinbek bei Hamburg.
- Van den Hooff, Bart/Mareike Weyers/Dominique Peters/Jos de Lange (2005): Technological facilitation of knowledge sharing in communities of practice. Vortrag bei der Jahrestagung der ICA, Communication and Technology Division, 26.-30.5.2005, New York.
- van Eimeren, Birgit/Heinz Gerhard/Beate Frees (2004): Internetverbreitung in Deutschland: Potenzial vorerst ausgeschöpft? ARD/ZDF-Online-Studie 2004. In: Media-Perspektiven, 8/2004, S. 250-270.
- Venolia, Gina (o.J.): A Matter of Life or Death: Modeling Blog Mortality. Unveröffentlichter Forschungsbericht. Redmond. Online verfügbar: <http://research.microsoft.com/~ginav/ljmodeling.pdf>.
- Viégas, Fernanda B. (2005): Bloggers' Expectations of Privacy and Accountability. An Initial Survey. In: Journal of Computer-Mediated Communication, Jg. 10, Nr. 3, Beitrag 12. Online-Publikation: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue3/viegas.html>.
- Von Rosenblatt, Bernhard (Hrsg.) (2001): Freiwilliges Engagement in Deutschland. Freiwilligensurvey 1999. Schriftenreihe des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Band 194.1. 2. korrigierte Auflage. Stuttgart.
- Wackå, Frederick (2005): Policies compared: Today's corporate blogging rules. In: CorporateBloggingBlog, 6.6.2005. Online-Publikation: <http://www.corporateblogging.info/2005/06/policies-compared-todays-corporate.asp>.
- Wagner, Rose MM (1998): Community Networks in den USA. Von der Counterculture zum Mainstream? Hamburg.
- Wagner, Sandra (2004): Die Nutzung des Internet als Medium für die politische Kommunikation: Reinforcement oder Mobilisierung? In: Brettschneider, Frank/Jan van Deth/Edeltraud Roller (Hrsg.): Die Bundestagswahl 2002 - Analysen der Wahlergebnisse und des Wahlkampfes. Wiesbaden. S. 119-141.
- Wall, Melissa (2005): „Blogs of War“. Weblogs as news. In: Journalism, Jg. 6, Nr. 2, S. 153-172.
- Warneken, Bernd-Jürgen/Andreas Wittel (1997): Die neue Angst vor dem Feld. Ethnographisches Research up am Beispiel der Unternehmenskulturforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde, Jg. 93, Nr. 1, S. 1-17.
- Webster, Frank (1995): Theories of the Information Society. London.
- Wei, Carolyn (2004): Formation of Norms in a Blog Community. In: Gurak, Laura/Smiljana Antonijevic/Laurie Johnson/Clancy Ratliff/Jessica Reyman (Hrsg.): Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs. Online-Publikation: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/formation_of_norms.html.
- Weinberger, David (2002): Small pieces loosely joined. A unified theory of the web. Cambridge, Mass.
- Weiser, Mark (1991): The computer for the 21st century. In: Scientific American, Januar 1991. S. 19-25. Online verfügbar: http://www.sis.pitt.edu/~dist/coursePages/IS2470/weiser_overview.pdf.
- Welker, Martin (2005): Weblogs: Ein neues Werkzeug für Journalisten? In: Picot, Arnold/Tim Fischer (Hrsg.): Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. Hannover. S. 157-172.
- Welker, Martin/Andreas Werner/Joachim Scholz (2005): Online-Research. Markt- und Sozialforschung mit dem Internet. Heidelberg.
- Wellman, Barry (1999a) (Hrsg.): Networks in the global village. Life in contemporary communities. Boulder, Co..
- Wellman, Barry (1999b): The Network Community: An Introduction. In: Ders. (Hrsg.): Networks in the global village. Life in contemporary communities. Boulder. S. 1-47.

- Wellman, Barry (2001): Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking. In: International Journal of Urban and Regional Research, Jg. 25, Nr. 2, S. 227-252.
- Wellman, Barry/Keith Hampton (1999): Living Networked On and Offline. In: Contemporary Sociology, Jg. 28, Nr. 6, S. 648-654.
- Wellman, Barry/Milena Gulia (1999): The Network Basis of Social Support: A Network is more than the Sum of Its Ties. In: Wellman, Barry (Hrsg.): Networks in the global village. Life in contemporary communities. Boulder. S. 83-118.
- Wenger, Etienne/Richard McDermott/William M. Snyder (2002): Cultivating communities of practice: a guide to managing knowledge. Boston.
- Westner, Michael (2005): Übersicht über aktuelle Weblog-Skripte und -Services. In: Picot, Arnold/Tim Fischer (Hrsg.): Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. Hannover. S. 175-190.
- Weyer, Johannes (2000): Einleitung. Zum Stand der Netzwerkforschung in den Sozialwissenschaften. In: Ders. (Hrsg.): Soziale Netzwerke. Konzepte und Methoden der sozialwissenschaftlichen Netzwerkforschung. München. S. 1-34.
- Wijnia, Elmine (2004): Understanding Weblogs: a communicative perspective. In: Burg, Thomas (Hrsg.): BlogTalks 2.0: The European Conference on Weblogs. S. 38-82. Online verfügbar: http://elmine.wijnia.com/weblog/archives/wijnia_understandingweblogs.pdf.
- Willke, Helmut (1998): Organisierte Wissensarbeit. In: Zeitschrift für Soziologie, Jg. 27, Nr. 3, S. 161-177.
- Winston, Brian (1998): Media, Technology and Society. A History: From the Telegraph to the Internet. London/New York.
- Wolf, Anneke (2002): Diaristen im Internet. Vom schriftlichen Umgang mit Teilöffentlichkeiten. In: Kommunikation@Gesellschaft, Jg. 3, Beitrag 6. Online-Publikation: http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B6_2002_Wolf.PDF.
- Wresch, William (1996): Disconnected: Haves and Have-Nots in the Information Age. New Brunswick.
- Wu, Fang/Bernardo A. Huberman (2004): Social Structure and Opinion Formation. Research Paper der HP Labs. Palo Alto. Online verfügbar: <http://www.hpl.hp.com/research/idl/papers/opinions/opinions.pdf>.
- Zerfaß, Ansgar (1996): Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations. Opladen.
- Zerfaß, Ansgar (2005): Weblogs als Meinungsmacher: Neue Spielregeln für die Unternehmenskommunikation. In: Bentele, Günter/Manfred Piwinger/Gregor Schönborn (Hrsg.): Kommunikationsmanagement. Strategien, Wissen, Lösungen (Loseblattwerk). Neuwied.
- Zerfaß, Ansgar/Dietrich Boelter (2005): Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagne, Marketing, PR und Medien. Graz.
- Zerfaß, Ansgar/Swaran Sandhu (2005): CEO-Blogs: Personalisierung der Online-Kommunikation als Herausforderung für die Unternehmensführung. In: Picot, Arnold/Tim Fischer (Hrsg.): Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. Hannover. S. 51-75.

Kommunikationswissenschaft

Immer mehr Menschen führen ein Weblog, um ihre persönlichen oder beruflichen Erlebnisse, Gedanken und Empfehlungen im Internet zu reflektieren und für andere zugänglich zu machen.

Dadurch entsteht ein neues Genre mit spezifischer Software und korrespondierenden Erwartungen, Regeln und sozialen Netzwerken.

Die vorliegende kommunikationssoziologische Studie analysiert Praktiken des Bloggens in verschiedenen Einsatzfeldern und diskutiert dabei Fragen der persönlichen Selbstdarstellung und des Identitätsmanagements, die Rolle von Weblogs in der Organisationskommunikation sowie deren Verhältnis zum Journalismus und zur politischen Kommunikation.

Jan Schmidt ist Kommunikationswissenschaftler und stellvertretender Leiter der Forschungsstelle »Neue Kommunikationsmedien« an der Universität Bamberg.

Jan Schmidt **Weblogs**

Eine kommunikations- soziologische Studie

ISBN 13: 978-3-89669-580-2
ISBN 10: 3-89669-580-0



www.uvk.de
UVK Verlagsgesellschaft

UVK