

MonsterMedia - Zum Neuartigen angesichts von Weblogs

Skizzen zu Zentrum und Peripherie als heuristische Metaphern angesichts innovativer Publikations- und Kommunikationspraktiken im Web.

Thomas N. Burg | editor@randgaenge.net | <http://randgaenge.net>
Krems, Jänner 2004

Inhaltsverzeichnis

MonsterMedia - Monströsität angesichts von Weblogs.

Skizzen zu Zentrum und Peripherie als heuristischen Metaphern angesichts innovativer Publikations- und Kommunikationspraktiken im Web.

Teil A - Begriffsbestimmung und Einführung

1.0 Was sind Weblogs?

1.1 ExpertInnennetzwerke auf Weblogbasis

1.2 Geschichte und Anwendungsbereiche

1.2.1 Business-Logs

1.2.1.1 Intranet

1.2.1.1.1 K-Log

1.2.1.1.2 Berichtswesen

1.2.1.1.3 Projektmanagement

1.2.1.1.4 Management

1.2.1.1.5 Unternehmens-Community

1.2.1.2 Internet

1.2.1.2.1 PR-Log

1.2.1.2.2 Weblog auf Firmenwebsite

1.2.1.2.3 Geschäftsführung

1.2.1.2.4 Politik

Teil B - Skizze zur Phänomenologie

2. Kultur und Monster

2.1 Risiken neuer Technologien

2.2 Monster als kulturelle Kategorie

3. Weblogs - Monster des Netzwerkes, Netzwerk des Monsters

4. Produktionsverfahren

5. Netzwerke und öffentlicher Raum

5.1 Rezeption und Umgang mit dem Monster

6. Interaktive Netzwerke, Social Software und soziotechnisches Kapital

7. Bibliografie

MonsterMedia - Zum Neuartigen angesichts von Weblogs¹.

Skizzen zu Zentrum und Peripherie als heuristische Metaphern angesichts innovativer Publikations- und Kommunikationspraktiken im Web.

Bild 1: Screenshot eines Technologieblogs 2004 (Technologie: Manila)

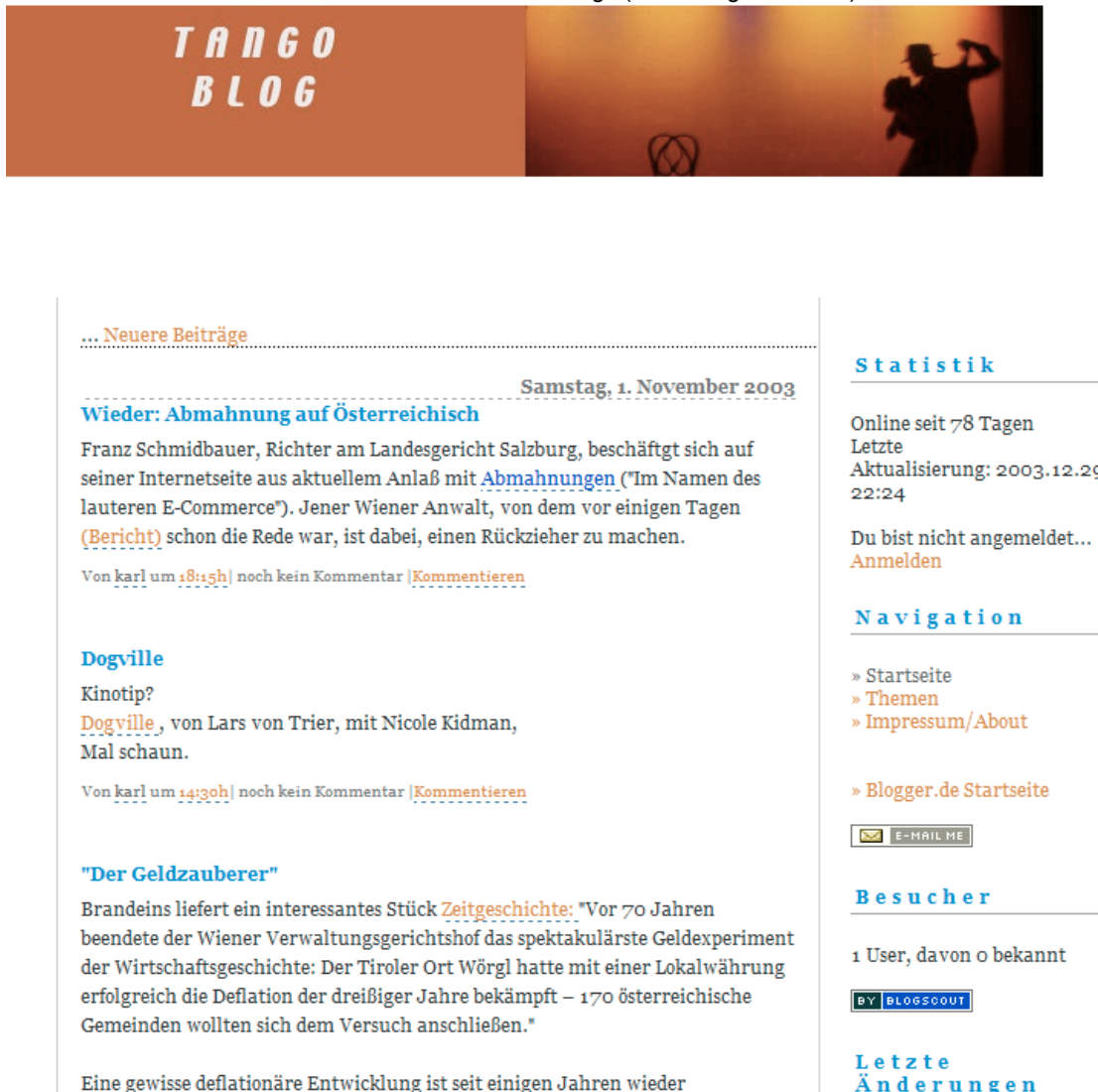


¹ Mein Dank gilt Ton Zylstra (<http://www.zylstra.org/blog/archives/001075.html>), der mich auf die Arbeit von Martijntje Smits brachte, sowie der gesamten Blogosphere, die mich seit meinem Eintreten im April 2002 beständig bereichert, kritisiert, herausfordert jedenfalls anregt und mir ein bisher ungekanntes Maß an Freude und Interesse am Web, seinen Bewohner und Orten schenkt.

Teil A - Begriffsbestimmung und Einführung

Neue Medien bedürfen immer einer genaueren Spezifikation.² Denn „neu“ ist eine historische Perspektive. Weblogs sind eine hybride Entwicklung der letzten 5 Jahre, die technologisch und publizistisch beschreibbar ist. Sogesehen stellen Weblogs die neueste Entwicklung im Feld der Neuen Medien dar. Kurz zusammengefasst sind Weblogs ein Publikationsformat, das stark an Tagebücher oder eben Logbücher erinnert, auf einem effizienten Content-Management-System beruht, sowie durch den Einsatz von Hyperlinks zur sozialen Netzbildung im Internet beiträgt³. Weltweit werden derzeit etwa 3 Millionen registrierte User mit unterschiedlich starker regionaler Verteilung angenommen.⁴ Bis Ende 2004 wird gar mit 10 Millionen registrierten WebloggerInnen gerechnet.⁵ Weblogs sind Teil einer Entwicklung im Feld der Informations- und Kommunikationstechnologien, die v.a. durch die Präsenz und Nutzung des Internets mit dem Begriff Soziale Software (Social Software)⁶ umschrieben werden kann.

Bild 2: Screenshot eines Weblogs (Technologie: Antville)



The screenshot shows a weblog interface. At the top, the title 'TANGO BLOG' is displayed in a stylized font. Below the title is a header image with a silhouette of a person. The main content area features a post dated 'Samstag, 1. November 2003' with the title 'Wieder: Abmahnung auf Österreichisch'. The post text discusses Franz Schmidbauer and his website. Below the post, there are two more entries: 'Dogville' and 'Der Geldzauberer'. The right sidebar contains sections for 'Statistik' (showing online time and update date), 'Navigation' (with links to start page, themes, and impressum), 'Besucher' (showing 1 user), and 'Letzte Änderungen'.

² Vgl. (Manovich, Lev, 1999).

³ Vgl. (Blood, Rebecca, Dez 2002)

⁴ Vgl. (Wolff, Phil, 2003-)

⁵ Vgl. (Henning, Jeffrey, 2003).

⁶ Vgl. (Paquet, Sébastien, 2003).

1. Was sind Weblogs?

Die neue Weblog-Technologie bietet ein probates Instrumentarium, das Informations- und Wissenserwerb und –vertrieb direkt vernetzt. Diese potentielle Vernetzung beruht auf der Interaktion von Menschen und Maschinen. Durch den Einsatz einiger weniger Standards (RSS)⁷ kann eine soziales Wissens- uund Kommunikationsnetzwerk web-basiert generiert werden. D.h. durch die Technik des gegenseitigen Verlinkes von Inhalten und Kommentaren entsteht so etwas wie eine Community of Interest, die sich als Neighborhood oder Nachbarschaft beschreiben läßt. Die Wahrscheinlichkeit, dass über diese Art der Visualisierung von Vernetzungen, Inhalte und Personen mit ähnlichen Interessen erkennbar werden ist sehr groß (bzw. dass es eine vorgängige Kenntnis der anderen gab). Basis dieser Art von Nachbarschaftsbeziehung oder Netzwerken ist die Blogroll⁸ (=die Liste der Weblogs, die ein Weblogger aus Interesse und/oder Kalkül anlegt⁹) der einzelnen Weblogs. Davon ausgehend werden die verlinkten Weblogs zueinander in Beziehung gesetzt.

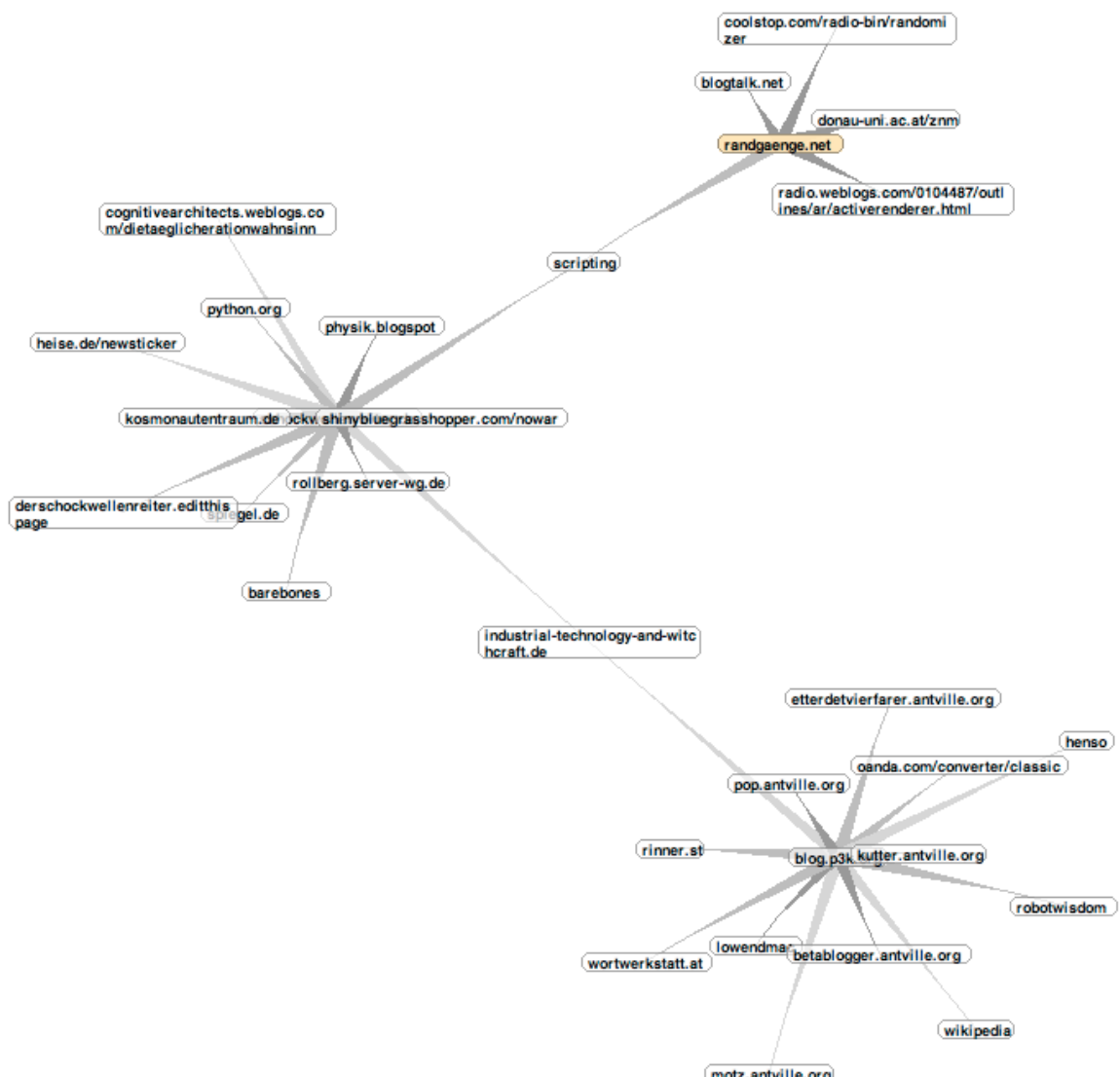


Bild 3: Nachbarschaftsnetzwerk

⁷ Vgl. (Pilgrim, Mark, 2002).

⁸ Der Begriff geht angeblich auf Doc Searls (<http://doc.weblogs.com/>) zurück, vgl. <http://www.microcontentnews.com/resources/glossary/blogrolling.htm>.

⁹ Vgl. (LeFever, Lee, 2003).

Die Visualisierung oben (Quelle: <http://www.blogstreet.com>) zeigt wie drei Weblogs miteinander verknüpft sind. Die Weblogs blog.p3k.org, schockwellenreiter.de und randgaenge.net sind über die Konnektoren (Broker) scripting.com und industrial-technology-and-witchcraft.de miteinander verbunden.

Der Vollständigkeit halber gilt es, das Phänomen Weblogs in seiner Vielschichtigkeit anzuerkennen. Ich fokussiere tendenziell auf eine eingeschränkte, d.h. spezielle Form, auf Weblogs deren Inhalt sich auf die Praxis des Bloggen reflexiv bezieht, das sogenannte Meta-Blogging. Diese Spezifizierung ist relevant zumal einige Studien darauf verweisen, dass diese Art des Verständnisses von der Praktik des Webloggens (numerisch) eine Minderheit innerhalb der Blogosphere¹⁰ darstellt.¹¹

Diese Mehrheit rekrutiert sich v.a. unter Jugendlichen - phänomenologisch als reine Online-Tagebücher, häufig stark dialogisch aufgebaut (und darin den Foren nicht unähnlich), wobei der explizite Einsatz der Vernetzungsinstrumentarien keine oder nur einer geringe Rolle spielt (Livejournal <http://www.livejournal.com>). Vereinfachend ordne ich dieser Art der Webpublishings alle Weblogs zu, die ihren Content nicht explizit in der XML-Variante RSS verfügbar machen. Dieses Feld ist nicht Gegenstand dieses Aufsatzes.

Weblogs sind ein Sammelbegriff für eine technologische und einen publizistische Lösung.

- a) Im ersteren Fall handelt es sich um benutzerfreundliche Content-Management-Systeme, die entweder server- oder desktopbasiert sind und in der Regel aus Datenbanken (MySQL, ...) mittels Skripts (php, perl, javascript, usertalk, python, ...) statische HTML-Seiten generieren; relevante Elemente sind darüber hinaus die Möglichkeit XML-Versionen der gerenderten HTML-Seiten zu generieren, die via RSS austauschbar (syndizier- und abonnierbar) sind sowie die Verknüpfung und Archivierung einzelner Posts (oder Weblog-Einträge) mit permanenten Hyperlinks (=Permalink); diese Möglichkeit stellt die Basis der effizienten Vernetzungsleistung von Weblog-Ökologien dar. Ein Weblog bzw. das dahinterstehende Tool ist ein Personal Publishing System, das eine Trennung von Form und Inhalt zur Grundlage hat. In der Regel wird der Content (Text, Bild etc.) in einer Datenbank abgelegt und im Wege des Publishingsprozesses mit einem Template (einer Layout-Vorlage) verknüpft. Damit sind technische Barrieren für die Betreiberin weitgehend gelöst, weil nicht sichtbar. Das sind die technischen Gemeinsamkeiten mit einem CMS.
- b) Als publizistische Lösung oder als Publishing-Format stellen Weblogs eine genuine Webentwicklung dar. Ein Weblog ist im wesentlichen eine Webseite, die aus mehreren Einträgen bzw. Informationseinheiten pro Seite besteht. Diese Einträge sind chronologisch geordnet, der aktuellste Eintrag steht ganz oben. Ein umgekehrtes Tage- oder eben Logbuch. Faßt man die Definition etwas weiter, dann sind Hyperlinks innerhalb der Einträge ebenfalls ein Charakteristikum. Jedenfalls ein essentielles Merkmal ist das regelmäßige Publishing neuer Einträge. Das Format lässt sich beschreiben als ein Annotationssystem, welches auf (im Web verfügbare) Inhalte kommentierend verweist oder genuine Micro-Content

¹⁰ Der Begriff Blogosphere wurde von William Quick erfunden, vgl. http://www.iw3p.com/DailyPundit/2001_12_30_dailypundit_archive.html#8315120

¹¹ Vgl. (Herring, Susan C; Scheidt, Lois A.; Wright Elijah, Bonus, Sabrina, 2003).

schaft. Weblogs sind in der Regel besonders für die Abfassung und Publikation von kleinen Content-Einheiten geeignet. Dies entspricht auch dem Rezeptionsverhalten vor dem Bildschirm. Die auf solche Art generierten Post können über Hyperlinks direkt verfügbar gemacht werden. Im diesem Sinne stellen sie eine neue Spielart von soziotechnischem Kapital¹² dar, die geeignet erscheint manche Nachteile von vorgängiger Social Software (Email, messageboards, instant messaging, chat, ...) komplementär auszugleichen. Diese damit einhergehenden Nachteile wie Geschlossenheit, Spam, keine Permalinks, keine Autorenschaft, die an einem POI (=Point of Entry) nachvollziehbar und damit demonstrierbar bleiben können mit dem Format Weblog ausgeglichen werden. Weblogs sind in besonderer Weise geeignet Autorenschaft über Zeit und Themen nachvollziehbar zu machen, damit stehen elementare Bausteine menschlicher Kommunikation zur Verfügung.

Weblogs leisten in diesem Sinne als individuelle wie als Gruppensoftware wesentliche Beiträge zur Incentivierung von Wissensgenerierung und Gruppenformierung¹³. Die primären Ordnungskriterien von Weblogs, Autorenschaft und Datumstempel, garantieren eine sowohl zeitliche als auch individuelle Identifizierung der geschaffenen Inhalte. Der Paradigmenwechsel von der Webseite hin zur fundamentalen Einheit eines Weblogs, dem Post oder Eintrag, ermöglicht die direkte Ansprache von Micro-Contents. Auf diesem Weg kann eine Vernetzung (Verlinkung) punktuell und treffgenau erfolgen. Die grammatikalische Einheit dieser Struktur ist der Permalink (=permanente Link).¹⁴

1.1 ExpertInnennetzwerke auf Weblogbasis

Damit ist es möglich eine dezentrale Gruppe von Autoren in einen gemeinsamen Prozess zu involvieren, der und das ist ein wesentliches Asset, punktuell einer breiteren Öffentlichkeit gegenüber publiziert werden kann.

Mithilfe der durch Weblog-Software möglichen Nutzung von XML-Daten wird es gelingen den Prozess der Wissensaggregation zu beschleunigen. Da Weblog-Systeme vorrangig Publishing-Systeme sind, wird aus ein und demselben Interface nicht nur Information, Wissen und Konversation verteilt und generiert, sondern in einem Parallel-Prozess ebendieses selektiv der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Diese so publizierten Informationen sind darüber hinaus nicht nur vorort (d.i. die konkrete Webadresse <http://..>) verfügbar, sondern können via XML (RSS) für jederman/jedefrau an jedem Ort der Welt verfügbar gemacht werden. Auf diesem Weg hält eine besondere Form von Netzwerkeffekt in das Expertennetzwerk und vor allem die indirekten Zielgruppen des Projekte Einzug. (Als Beispiel dieser Art von e-Science sei das Museumprojekt **Türkenbeute** - <http://tuerkenbeute.de> - genannt. In diesem Fall sind alle musealen Objekte via Dublin Core Metadaten erfasst und via RSS abonniebar.) Dieses RSS-Distributionssystem ermöglicht es Daten (Bild, Text) weltweit direkt verfügbar, d.h. weiterverarbeitbar (in anderen webbasierten Systemen), zu machen.

¹² Vgl. (Resnick, Paul, 2002).

¹³ Vgl. (Reed, David P., 2000).

¹⁴ Zur Geografie des Web und der Relevanz des Hyperlinks vgl. (Weinberger, David, 2002).

Die Innovationsleistung liegt in der durch Weblog-Systeme und –formate möglichen Wendung der Experten (Wissensarbeiter) zu Autoren, die mittels hoher gegenseitiger Vernetzung in kürzerer Zeit punktgenauer einen gegenseitigen Austausch von Wissen gestalten und diesen zum gegebenen Zeitpunkt einer breiteren Öffentlichkeit verfügbar machen.

1.2 Geschichte und Anwendungsbereiche

Mitten in den Boom und dann die Konsolidierung am Content Management System (CMS) Markt fällt eine neue Spielart von Web-Publishing. Kleiner, bescheidener, aber nichtsdestotrotz mit einem gewaltigen Esprit. Aus den USA kommend hat sich mittlerweile auch in Europa und in Österreich¹⁵ eine aktive Szene entwickelt, deren Protagonisten sich (We)blogger nennen. Es handelt sich dabei um ein Web-Publishing Tool und einen Publikationsstil, der in die Urzeiten des Web zurückgeht und seit etwa 2001 an Fahrt gewinnt. Neben der Verwendung und der Entwicklung in der Early-Adopter-Szene und dem privaten, nicht-kommerziellen Einsatz, entwickelt sich Weblogging letztlich zudem als eine probate Business-Lösung. Das Publizieren von Inhalten ist damit auf einfache und schnelle Weise dem Einzelnen verfügbar, im Business-Bereich ergeben sich daraus nun mehrere Einsatzmöglichkeiten.

Nochmals sei explizit darauf hingewiesen, dass sich der vorliegende Artikel weniger mit der Mehrheit der Weblogs, den privaten tagebuchartigen Exemplaren beschäftigt, sondern mit den Weblogs, die entweder im Business-Kontext (das umfasst auch den Bereich von E-Learning) eingesetzt werden oder in einer Art Meta-Blogging darüber nachdenken.

Tim Berners-Lee der Erfinder des Web war in den frühen 90er Jahren gleichzeitig der erste (We)blogger indem er eine stets aktuelle Liste existierender Websites betrieb. Letzlich ist Yahoo ebenso eine Vorform des Weblogs. Abgesehen von diesen Vorläufern setzt man den Beginn des Webloggings allgemein mit 1997 an. Besonders erwähnenswert sind hier die Weblogs von Dave Winer (<http://www.scripting.com>), John Barger (<http://www.robotwisdom.com>), Wortschöpfer des Terminus' Weblog, und Cameron Barrett (<http://www.camworld.com>). Bis 1999 gab es ca. 30 Weblogs. Das änderte sich dramatisch als ab 1999 Software zur Verfügung stand, die die tägliche Aktualisierung einer Website massiv vereinfachte also quasi Mini-Content-Management-Systeme zur Verfügung standen. Erste Produkte sind Blogger, Pitas, Manila - im wesentlichen serverbasierte CMS. Aus Österreich kommt Antville (<http://www.antville.org>) ein sehr innovatives Tool - ein Showcase von Helma¹⁶, dem CMS, das orf.at verwendet. Ein wichtiger Popularisierungsschub erfolgte am 11. September 2001 im Gefolge der Terrorattaken auf das World Trade Center in New York. Schneller, persönlicher, unverblümter berichteten Weblogger minutlich über das Geschehen vorort und waren damit schneller als die großen Medien, deren Server zudem noch durch die hohe Anzahl von Aufrufen nicht verfügbar waren. Die dezentrale Struktur von Weblog-Netzwerken, das Verweisen auf Berichte anderer Weblogs verteilte die Zugriffsfrequenzen und garantierte so Verfügbarkeit und Aktualität. Im Gefolge der Militarisierung der amerikanischen Innen- und Aussenpolitik wurde der Begriff Warlogs gebildet, der Weblogs bezeichnet, die sich vor-

¹⁵ Sehr früh schon (1998) um die Software Antville auf der Plattform <http://antville.org> sowie kommerziell ab 2003 auf der die Software Antville nutzenden Plattform <http://twoday.net>

¹⁶ <http://helma.org>

nehmlich dem „War Against Terror“ widmen. Der Irak-Krieg 2003 stellt eine weitere bedeutsame Entwicklungsstufe dar, besonders die Dichotomie zwischen den „embedded Journalists“ und den „authentischen“ Bloggern vorort¹⁷ eröffnete eine lebhafte Diskussion in Richtung Weblogs und Journalismus.¹⁸

Mit der weiteren Reifung der Software-Entwicklung allen voran der Produkte Moveable-type sowie Radio Userland entstanden allmählich erste Überlegungen Business-Anwendungen zu konzipieren. Weblogs werden zunehmend als eine Alternative zu teuren und hochkomplexen CMS, sowie als PR-Tool, als simples Knowledge-Management Tool, als Reporting-Tool sowie im Projektmanagement gesehen.

1.2.1 Business-Logs

Was lässt sich aus einem Personal Publishing System im Business-Kontext machen? Außer Acht möchte ich in diesem Zusammenhang den Einsatz von Weblogs im journalistischen Bereich lassen, dort etabliert sich ein komplementäres Outlet zu bestehenden Publikationskanälen. Bedeutsame Möglichkeiten ergeben sich im betrieblichen Zusammenhang. Gleich vorweg bleibt festzuhalten, die wichtigsten Rahmenbedingungen sind, dass die Betreiber grundsätzlich schreiben können sowie motiviert sind es zu tun, also Bedingungen, die im allgemeinen Management-Bereich liegen. Grundsätzlich unterscheidet man zwischen einer internen Verwendung in einem Intra- allenfalls Extranet und jener im Internet.

1.2.1.1 Intranet

Viele Unternehmen haben ein Intranet, viele können sich keines leisten, manche wissen auch gar nicht, wozu es Sinn machen würde. Weblogsysteme sind die einfachste und billigste und meiner Meinung nach sinnvollste Form ein Intranet aufzubauen. Ab einer Größenordnung von 2 Mitarbeitern macht das Sinn. Im folgenden einige Verwendungsmöglichkeiten.

1.2.1.1.1 K-Log

Der Knowledge-Log. Darunter versteht man ein simples Wissensmanagement-Tool, welches personen- und/oder arbeitsgruppenbezogen Wissen und Erfahrungen erfasst und im Intranet publiziert. Experten (Sachbearbeiter) auf verschiedensten Gebieten können auf diese Weise ihre tägliche Wertschöpfung kommunizieren, sich damit eine firmeninterne Reputation verschaffen; zudem bleibt das Wissen erhalten. Die Eigenart eines Weblogs kontextualisiert in der Regel Information, damit fließt implizites Wissen in Archive ein. Die Tatsache, dass Informationen nicht mehr in Email-Programmen, Netzlaufwerken oder persönlichen Bookmarklisten verschwinden, sondern personen- und datumsbezogen erschließbar sind, erhöht auf einfache Weise die Präsenz von Wissen und reduziert gleichzeitig die Anforderungen an die EDV-Ressourcen. Zudem fördert es den Wettbewerb innerhalb einer Organisation insofern als Weblogsysteme darstellen können, wer wie oft Informationen postet sowie wer am meisten gelesen wird.

¹⁷ Modellhaft vertreten durch den Blogger aus Bagdad Salam Pax, der als Star infolge ein Buch veröffentlichte sowie Gastkolumnist beim britischen Guardian wurde.

¹⁸ Vgl. auch (Gillmor, Dan, May/June 2003).

1.2.1.1.2 Berichtswesen Als eine Form des Wissensmanagement gilt das Berichtswesen. Ein Weblog kann hier als Publikationsfläche dienen bzw. als eine Informationszentrale von der aus die Berichte und Dokumente verlinkt sind, egal ob im LAN oder WAN.

1.2.1.1.3 Projektmanagement

Im Projektmanagement wird eine Weblog zur Projektzentrale. Alle Informationen (ob Email, Dokumente, Grafiken) können zentral ins Intranet publiziert werden. Bei Bedarf kann für den Kunden ein Auszug daraus via Internet zur Verfügung gestellt werden, auf diese Weise ist eine Projektverfolgung ohne Email möglich.

1.2.1.1.4 Management

Die Geschäftsführung bzw. die Administration kann auf diese Weise sowohl Leadership demonstrieren als auch intern das Unternehmen einfach am Laufenden halten. Interne Rundschreiben aus der Geschäftsführung etc. lassen sich auf diesem Weg effizient publizieren. Chronologisch und bereichsmäßig sortiert mit einem Archiv und einer Suchfunktion. Abhängig vom jeweiligen Führungsstil ergeben sich darüberhinaus Möglichkeiten Weblogs als kollaborative Tools einzusetzen.

1.2.1.1.5 Unternehmens-Community

Mittels eines Community-Servers lassen sie die Aktivitäten aller Weblogs innerhalb eines Intranets darstellen. Auf diesem Weg entsteht eine Community auf der Basis von Relevanz und Aktualität. Wer wird am häufigsten gelesen, wer schreibt am häufigsten? Welcher Business-Log ist am meisten abonniert? Mittels XML-Standards und RSS-Feeds läßt sich das einfach darstellen.

Wendet man dieses Konzept im Internet auf gesamte Branchen an, so kann man eine Branche darstellen, die ähnlich dem Google-Prinzip - d.h. nach Popularität - organisiert.

1.2.1.2 Internet

1.2.1.2.1 PR-Log

Als ein Marketing-Instrument kann ein Weblog als eigene Website bestehen. Dann hat er in der Regel die Aufgabe ein Produkt oder eine Dienstleistung zu kommunizieren. D.h. der Kontakt zu Kunden und Partnern wird über täglich aktualisierte Einträge hergestellt. Dabei kann es sich um Updates zu Funktionalitäten, Neuentwicklungen etc. handeln. Der wesentliche Neuigkeitswert besteht in der regelmäßigen Aktualisierung und in dem zielgruppenorientierterem jedenfalls aber informellerem Ton, in dem diese Einträge in der Regel gehalten werden. Im Gegensatz zu einer foren-basierten Community liegt hier die Kontrolle beim Unternehmen, bei Bedarf können allerdings Zweiweg-Kontaktmöglichkeiten bereitgestellt werden. Ein PR-Log ist ein maßgeschneidertes Portal mit Ausrichtung auf Kommunikation in Richtung der Kunden. Ein Beispiel hierfür ist "mesh on MX" <http://radio.weblogs.com/0106797/> ein Weblog, der "News, resources, info and links on Macromedia MX, with a focus on Macromedia Flash MX from the Macromedia Flash Community Manager" bereithält.

1.2.1.2.2 Weblog auf Firmenwebsite

Im Bereich einer bereits existierenden Firmenwebsite bietet sich die Einrichtung eines PR-Logs ebenfalls an. Im wesentlichen nur die Weiterführung und betreiberseitigen Personalisierung einer "Was gibt es Neues?-Seite".

1.2.1.2.3 Geschäftsführung

Eine neue Entwicklung könnte das Betreiben eines Weblogs durch die Geschäftsführung sein. In diesem Fall ist das Ziel die strategischen Positionen nach außen zu kommunizieren.

1.2.1.2.4 Politik

Auch die Politik hat das Weblog-Prinzip erkannt. Auf spontane und weniger formale Art können Positionen und Konzepte veröffentlicht und im besonderen Communities formiert und organisiert werden. Einen besonderen Stellenwert in dieser Kategorie nimmt das Weblog von Howard Dean ein. Unter blogforamerica.com betreibt der demokratische Präsidentschaftskandidat Howard Dean ein Weblog als Spitze einer ganzen Reihen von Internetaktivitäten. Auf diesem Weg ist es ihm gelungen nicht nur als Außenseiterkandidat ins Zentrum der medialen Aufmerksamkeit zu rücken, sondern auch die bisher meisten Spenden der demokratischen Kandidaten zu aggregieren. Dean gelang es bisher sich als Enabler zu verstehen und auf diese Weise eine großen Anhängerschaft hinter sich zu vereinen. Enabler meint hier den Einsatz und die Bereitstellungen von Technologien auf deren Basis Menschen miteinander in Kontakt treten.¹⁹ Auf diesem Weg wird (nicht nur) Social Currency generiert.^{20, 21}



Bild 4 Spendenstand Ende 9/2003

Beispiele:

- Peter Pilz, österr. Grünpolitiker, Abgeordneter zum Nationalrat <http://www.peter-pilz.at>
- Marie Ringler, österr. Grünpolitikerin, Gemeinderätin in Wien <http://mariegoessms-cam.twoday.net/>
- Tom Watson, Labour, britischer Member of Parliament, <http://www.tom-watson.co.uk/>
- Howard Dean, amerikanischer demokratischer Präsidentschaftskandidat, <http://blogforamerica.com>.

¹⁹ Vgl. (Hynes, Aldon, 2003).

²⁰ Vgl. (Rushkoff, Douglas, 2003) „Those of you who think you are creating online content, take note: your success will be directly dependent on your ability to create excuses for people to talk to one another. For the real measure of content's quality is its ability to serve as a medium.“ sowie Ronald Coase via Everett Ehrlich <http://randgaenge.net/2003/12/14.html#a2083>

²¹ Siehe Übersicht über den aktuellen Spendenstand <http://www.opensecrets.org/presidential/index.asp>

Teil B - Skizze zur Phänomenologie

Seit Blogs am Awareness-Horizont aufgetaucht sind entwickelt sich eine lebhaft Diskurs über Definition, Sinn, Nutzung, Lebensdauer, Verbreitung, Gefahren, Chancen. Mithin ein Diskurs der idealtypisch die Ankunft einer neuen kulturellen Form beschreibt. An der Peripherie von Webpublishing, dem sozialen Raum Internet, ist etwas Neues aufgetaucht.

Dieses Paper versucht einen Rahmen zu entwickeln, der es erlaubt die kulturellen Reaktionen einer Gesellschaft angesichts einer neuen digitalen, web-basierten Ausdrucksform aus kulturwissenschaftlicher Perspektive zu beschreiben und zwar Reaktionen inner- und ausserhalb der Blogosphere.

Die Grundlage bildet die Dissertation "Exorcising monsters: the cultural domestication of new technologies"²² von Martijntje Smits bzw ein auf ihr beruhender Aufsatz²³.

Im Kern geht es in der Dissertation darum ausgehend vom Monster-Begriff - d.h. der These das ein Monster zwei nicht-vereinbare Seiten in sich vereint (z.Bsp. menschliche Teile und anorganische und/oder animalische) - kulturelle Normen und Verhaltensweisen angesichts von 'monströsen' Herausforderungen zu untersuchen. Das Monster erhält seine Eigenschaften, weil unsere kollektiven kulturellen Kategorien, die es uns erst möglich machen die Welt zu begreifen, keine Zuweisung erlauben. D.h. dass es immer Monster geben wird, zumindest aber so lange unsere Zivilisation auf kulturellen Kategorien beruht.²⁴

In diesem Essay wird nun versucht Smits These anhand des Phänomens Weblog, der Blogosphere bzw. der Verlinkung/Vernetzung von Content zum Einsatz zu bringen. Die Frage ist: Sind Weblogs, die Blogosphere bzw. Verlinkungen, d.h. Mikrophysik und -ökonomie der Produktion und Rezeption, Monster und wenn welche kulturellen Kategorien übersteigen sie?

Smits versucht mit ihren Thesen den kulturellen Lernprozess kreativ zu erweitern indem sie den blinden Fleck der Technologie-Ethik-Diskussionen, der Kommunikation zwischen Technologen und den Anwendern oder Nutzern, zu den Wurzeln zurückverfolgt und den Mythos säkularisiert. Zwischen dem Vorwurf fehlender Rationalität und dem der Missachtung der Natur gibt es eine Vermittlung, das Monster, und das analysiert Smits. Hier wird versucht an einem Ausschnitt der technologischen Entwicklung im Bereich der Neuen Medien die Technologen- und Anwenderdebatte zu ihrem Ursprung zurückzuverfolgen.²⁵

Ziel ist es auch einen Lernprozess in Gang zu setzen, der es ermöglicht neue digitale Medien kreativ anzueignen - nach Smits eben durch eine „pragmatische Monster-Ethik“. D.h. auch eine Anpassung der Technologien (Software) an die NutzerInnenbedürfnisse. Sowohl Entwickler als auch die Öffentlichkeit bzw. die Gesellschaft können auf diese Weise lernen.

²² (Smits, Martijntje, 2002)

²³ (Smits, Martijntje, 2002a)

²⁴ Vgl. (Smits, Martijntje, 2002a), 8.

²⁵ Vgl. (Smits, Martijntje 2002a), 1.

2. Kultur und Monster

2.1 Risiken neuer Technologien

Smits Thesen gehen von der Risiko-Einschätzung angesichts neuer Technologien aus. Nun werden neue digitale Medien in der Regel nicht als riskant wahrgenommen, zumindest nicht in einem Ausmaß verglichen mit den Technologien der Genmanipulation, der Kernenergie etc. Ich denke, es gibt allerdings eine kulturelle Ebene, die neue digitale Medien mit kulturell tradierten Formen der Kommunikation und der Produktion bzw. dem Vertrieb von Kommunikation in Konfrontation bringt, die subtiler, aber nicht weniger erschütternd ist.

Die Mehrzahl der Kommunikationsprodukte ist historisch von Gatekeepern distribuiert worden, d.h. den Nutzern wurde eine Selektion der Inhalte vorgezsetzt. Das bedeutet nicht nur ein Position der Macht, sondern auch eine Reduktion der Produktionsmittel. Eine Rarheit, die an vielen Stellen - Schlagwort des offenen Zugangs zu den Medien - versucht wird aufzubrechen. Worum es im Feld der neuen digitalen Medien geht ist eine Verschiebung zu sog. User-driven Kommunikationsprodukten, von Push- zu Pull-Ökonomie im allgemeinen. Nach Lage der einzelnen NutzerInnen können so Kommunikationsprodukte entstehen. Ein Beispiel wäre etwa ein Newsaggregator²⁶, der Inhalte anderer Seiten verfügbar macht und der Nutzerin eine Weiterverarbeitung dieser Inhalte erlaubt. Ein anderes Beispiel wäre die Erfassung von Waypath²⁷-generierten Links, die bzw. der Content auf den sie verweisen zu einem Dokument zusammengefügt werden könnten.

Letztlich sind Aspekte der Macht, der Autorität, der Öffentlichkeit, der Ökonomie davon betroffen. Das Risiko ist hier ein unterschwelligeres, nichtsdestotrotz politisches.²⁸ Ich gehe daher davon aus, dass ähnliche Muster da wie dort beobachtbar sind.

Angesichts des Internet, des Web und im kleineren der Weblogs bzw. der Blogosphere sind zwei polarisierende Reaktionen, die Raum für die Monster-Analyse geben, zu verzeichnen.

- e) Die Befreiung des Einzelnen als Autor/Produzent sowie die direkte Vernetzung (Verlinkung) und Umgehung von Intermediatoren (auch Zensoren), Schaffung einer New Economy im Sinne der *Californian Ideology*.²⁹
- f) Vermassung und Banalisierung von Content (Quantität statt Qualität), Gefährdung der Kultur durch Verdummung, Verletzung von Urheberrechten und ökonomischer Interessen.

Was steht hinter dem Utopie-Dystopie-Syndrom, der Euphorie und der Verdammung neuer digitaler Medien? Welche Muster lassen sich isolieren. Gibt es Gemeinsamkeiten beider Positionen?

Damit alle Beteiligten Möglichkeiten haben einen Prozess in Gang zu setzen, so Smits, ist es nötig den blinden Fleck der Polarisierung zu überwinden. „[...] the shaping of new socio-technical practices should be under some kind of democratic control“³⁰.

²⁶ Vgl. (Winer, Dave, Jun 2002).

²⁷ Vgl. (Waypath, 2002).

²⁸ Vgl. (Hargittal, Eszter 2002), Hargittai analysiert die unterschiedlichen Nutzungsweisen des Internet, d.h. Medienkompetenz und die Fähigkeit Netzwerke zu nutzen. Neben den unterschiedlichen Voraussetzungen bzgl. des Vorhandensein von Zugang zu neuen Medien sind immer wichtiger die unterschiedlichen Kompetenzen ein Thema.

²⁹ (Barbrook, Richard, Cameron, Andy).

³⁰ (Smits, Martijntje 2002a), 3.

Neuerungen sind immer auch ein Change-Prozess

2.2 Monster als kulturelle Kategorie

Phänomene, die ausserhalb der gesellschaftlich konstruierten Wirklichkeit³¹ stehen, diese aber konfrontieren, die nicht zugeordnet werden können und damit Raum schaffen für Fantasien, erfordern und resultieren nach Smits in 4 idealtypischen Reaktionen einer Kultur und ihrer Akteure gegenüber dem Monströsen.

- Vernichtung des Monsters
- Anpassung des Monsters
- Assimilierung der Empfängerkultur und des Monsters
- Apotheose des Monsters

Die ersten beiden Fälle stellen eine rigide Reaktion dar, die bestehende Kultur verweigert sich dem Neuen und vernichtet es.

Im dritten Fall wird das Neue nicht als Gefahr, sondern als Chance gesehen, beide Seiten nähern sich einander an und integrieren sich.

Die Apotheose ist die blinde Verherrlichung des Anderen, des Monströsen mit allen damit einhergehenden Heilsfantasien und lediglich eine Variante des ersten Falles, nämlich ein unkritischer, unreflektierter Umgang mit dem Anderen.

Ton Zijlstra wendet nun in einem kurzen Kommentar diese Thesen auf die Akzeptanz von Wissensmanagement im allg. an³², ich möchte kursorisch versuchen die These von Smits auf das Phänomen Weblogs/Blogosphere anzuwenden und Positionen zu isolieren, die Ausgangspunkte für weitere Überlegungen darstellen können.

Weblogs - Monster des Netzwerkes, Netzwerk des Monsters

Das Monströse von Weblogs ist - vielfache Definitionsversuche zeugen davon - (analog zu Ton Zijlstras These im Feld von Wissensmanagement) der Paradigmenwechsel im Bereich Personal Publishing und interaktive Netzwerke, mit der Folge, dass wir nicht nur eine neue Form der Content-Generierung vorfinden, sondern in noch viel höherem, jedenfalls relevanterem Ausmaß eine neue Form der Vernetzung einzelner Knoten (nodes). Mit Knoten und dass scheint mir das wirklich Neue, sind nun nicht mehr einzelne Websites, die über die URL angesprochen werden können, gemeint, sondern der einzelne Post oder Weblog-Eintrag. Dieser Paradigmen-Wechsel von der Seite zum Post³³ birgt ein enormes Potenzial wechselseitiger Konnektivität auf Micro-Content-Basis, Weblog-Tools wie Trackback³⁴ oder Pingback³⁵ unterstützen die Awareness. Diese Konnektivität erfordert neue Navigations-Instrumente, die eine Verortung im inhaltlichen, aber besonders im Sozialen ermöglichen - Technorati (www.technorati.com) bis Waypath (www.waypath.com).

Die auf diese Art gewobenen Netze schaffen, das ist die These, eine emergente Intelligenz, die mehr ist als die Summe der einzelnen Posts, Autoren oder Weblogs³⁶.

³¹ Vgl. (Berger, Peter L., Luckmann, Thomas 2000), siehe auch hier <http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/sowi/kovo9798/psdiet.htm>.

³² Vgl. (Zijlstra, Ton, 2003)

³³ Vgl. (Hourihan, Meg 6/13/2002).

³⁴ Vgl. (Trott, Ben und Mena).

³⁵ Vgl. (Langridge, Stuart; Hickson, Ian, 2002).

³⁶ Vgl. (Johnson, Steven 2001), siehe ad Emergenztheorie auch hier <http://www.information-philosophie.de/philosophie/emergenz.html>.

In solch einer Sphäre haben wir nun nicht mehr mit *Information Anxiety* (zu wissen, dass es mehr Informationen gibt, als man jemals und gerade im Moment zur Verfügung hat) zu kämpfen, sondern damit vom Netz entkoppelt zu sein - *Interaction Anxiety*³⁷. Der Zugang zu dieser emergenten Intelligenz wird zentraler Bestandteil unseres Alltags. Das Monströse dabei ist nun die Überschneidung des Humanen mit dem Maschinellen sowie die Erkenntnis, dass es eine Intelligenz gibt „da draussen“, die unabhängig von mir als Bestandteil ist, die nicht zentral kontrolliert werden kann und gerade deshalb intelligent ist. Eine Intelligenz, die auf Interaktion und Kommunikation beruht, auch auf dem sozialen wie informationalen Kapital zum gegebenen Zeitpunkt die richtige Quelle befragen zu können (das bibliografische Wissen nicht das enzyklopädische). Das Befragen wird dabei zum Aktualisieren eines Netzwerkes, das gleichermaßen aus Menschen wie aus Maschinen besteht und dessen Bestand *condition sine qua non* ist.

A world where fluidity of interaction with information will be at least as important as information itself. A world where we'll fear being cut off from The Network, with the resulting inability to access our sources of knowledge. A world of interaction anxiety.³⁸

Gehen wir einen Schritt zurück und betrachten wir die Modifikationen im Bereich der Produktionsmittel von Kommunikationsprozessen.

3.

4. Produktionsverfahren

Wir beobachten bezogen auf Weblogs im Kern eine technisch-ermöglichte Emanzipation des Einzelnen/der Masse vom Konsumenten zum Produzenten. Professionelle Produktionsmittel (Weblog-Software und Webspace) stehen für wenig Aufwand zur Verfügung, die Gatekeeper (Agenturen, Verlage, Konzerne, Behörden) können umgangen werden. Damit geht auch eine fundamentale Neudefinition des Produzierens einher. Der Autor als *Revenant*³⁹, eben eine Art Monster, rückt in das Zentrum des Produktionsprozesses. Als quasi *paradoxe Intervention* positioniert er sich an einer Stelle neu, wo der medientheoretische Diskurs den Tod des Autors hinter mächtigen Hypertext-Strukturen konstatierte.^{40, 41} Zwischen Information Overload und Attention Economy⁴² entwickeln sich Reputations-Systeme⁴³, die abseits maschineller Regelwerke - aber maschinell unterstützt - als Autoren Instanzen der Relevanz und Qualitätssicherung des Internets sind. Vertrauen⁴⁴ als Kategorie einer neuen Medienöffentlichkeit ist gleichermaßen in der Debatte um *embedded-Journalists* im Umfeld des Irak-Krieges, sowie der Alternativ-Berichterstattung via Weblog feststellbar. Weblogs bzw. deren Autoren stellen soetwas wie humane Data-Mining-Schnittstellen dar. Der Filterungsprozess und die Koinzidenz damit einhergehende Algorithmen der Suchmaschine Google - das Popu-

³⁷ Vgl. (Sergio, Fabio 2002)

³⁸ Vgl. (Sergio, Fabio 2002).

³⁹ Vgl. (Ruthner, Clemens, 1990).

⁴⁰ Auch an dieser Stelle bedanke ich mich bei (BETAblogger 2003), der den Autor als Instanz des ‚Eroberungs-Diskurses‘ der Blogosphere auf meinem Radar wieder erscheinen ließ.

⁴¹ Vgl. (Mason, Jean S., 2000)

⁴² Vgl. (Goldhaber, Michael 1997)

⁴³ (Resnick, Paul 2001), S?.

⁴⁴ Vgl. (Fukuyama, Francis, 1995).

larity Ranking - repräsentieren ein digitale Welt, die zurückgreift auf humane Kategorien der Relevanzzuordnung. Es handelt sich hier nicht zwingend um reale Personen, wenngleich dieses Attribut ein besonderes Insignium von Authentizität und damit vertrauensbildend ist. Im Zeitalter der Vermassung tritt gleichzeitig und nicht überraschend der Einzelne wieder hervor. Der Autor, ob real oder nur vorgestellt⁴⁵, bürgt für Qualität angesichts des überbordenden Hypertext des Internet.

Eine der wesentlichen, jedenfalls stark verbreiteten kreativen Aktivitäten eines Bloggers ist das Filtern von Informationen und Daten, die das Internet und die Wirklichkeit bereithält. Eine zunächst sekundär anmutende Schöpfungsleistung, die (parasitär) die intellektuellen Leistungen anderer verarbeitet. Betrachtet man den Wissensraum allerdings als kommunikativen Akt sieht die Rolle des Filters anders aus.

In der Literaturwissenschaft entwickelt sich in den 1960er Jahren eine Literaturtheorie, die Rezeptions- bzw. Wirkungsästhetik nach Hans R. Jauss und Wolfgang Iser, die *vermittelnd* zwischen Artefakt und NutzerIn trat, quasi als dritter Weg zwischen Produktionsästhetik (gesellschaft. Realität) und Darstellungsästhetik (Textstrukturen). „Nicht das Werk, sondern der kommunikative Akt kennzeichnen den ästhetischen Gegenstand.“⁴⁶. Wurde in der Rezeptionsästhetik der Akt des Lesens (Herstellen von Zusammenhängen (Links), Ergänzen von Leerstellen (nodes)) bereits als grundlegend produktiv bezeichnet, tritt uns im Fall von weblog-basierter Produktion eine buchstäbliche Wandlung des passiven Rezipienten zum aktiven Produzenten entgegen.

Zu diesen beiden Grundmodalitäten von Produktion tritt noch eine dritte hinzu, die des Filterns. Eine der wesentlichen intellektuellen Leistungen ist die Integration von Information in bestehende Konzepte von Wissen und Erfahrung. Ein elementarer Baustein auf dem Weg dahin ist das Filtern von Informationen und Daten. Filtern verstehe ich dabei als die Zuordnung von Relevanz und von Metadaten zu zunächst dekontextualisierter Information. Es handelt sich dabei um eine Beinahe-Routine unserer Alltagskultur. Ich würde daher sagen, das Monströse von Weblogs liegt besonders in der massenhaften Unterstützung von (ehemals parasitären) Filtervorgängen. Wir sind noch nicht vertraut mit der massenhaften Vernetzung individueller Aktivitäten und unserer Rolle darin. In einer Zeit, der es nicht an Wissen und Information mangelt, sondern uns eher ein Overflow (oder eben *Information Anxiety*) beschäftigt, entstehen auf diese Weise viele Agenten, die das Meer der Daten, der Information, des Wissens durchkämmen und subjektiv Relevanz und Kontexte zu bestehenden Informationen addieren. Diese Wertschöpfung, die als ein emergentes System (Steven Johnson), d.h. die nicht einer command-and-control-Struktur gehorcht, vorstellbar ist, hat etwas Monströses - freie Verschlagwortung vs. Einordnung in Ontologien und Taxonomien.

5. Netzwerke und öffentlicher Raum

Das Sprechen und auch die Bewegung im öffentlichen Raum, hier v.a. der Raum der Medienöffentlichkeit war seit jeher gut organisiert. Und zwar im Sinne derer, die an der

⁴⁵ „Autor“, das ist im Web oft nicht mehr als eine bestimmte Trademark, die Texte im Netz unter ihrem Namen versammelt [...] Die erfolgreiche Verbreitung von Weblogs (verbunden mit einer Distribution von Software, die jedem Laien zum Medienmacher im Internet prädestiniert) mag zu Beginn des 21. Jahrhunderts einen Strukturwandel von Medienöffentlichkeit anzeigen, in dem das Prinzip von Autorschaft entscheidenden Anteil bei der Bildung von Publizität hat.“ (BETA|blogger 2003).

⁴⁶ (Pflugmacher, Torsten 2002)

Macht sind. Die potentielle Neuordnung der tradierten Strukturen durch Weblogs/Blogosphere und neue Produktionsverfahren (genuine Produktion und Filtern) steht in ihrem massenhaften Potenzial ausserhalb der aktuellen Kultur. Damit ist im obigen Sinne Raum gegeben für Fantasien. Übrigens Fantasien, die bereits zum Beginn des Internets und des Webs beobachtbar waren.⁴⁷

Wenn wir ausserhalb der etablierten Medienöffentlichkeit sagen, dann ist ein Blick in die europäische Geschichte hilfreich. Der Weblogger, *BETA|blogger*⁴⁸, zieht eine historische Tangente in das vor-revolutionäre Paris des 18. Jahrhunderts. Mit Verweis auf den Historiker Robert Darnton identifiziert er Pamphletisten als archetypische Weblogger. Der revolutionäre Impetus des Bloggens ist analog dazu als ein oppositionelles Vorgehen gegen eine etablierte Medienöffentlichkeit verständlich.

Das Zu-Tage-Bringen von Tabu-Themen war und ist dabei Zeichen eines solchen neuen medialen ‚Eroberungs-Diskurses‘.⁴⁹

Wenn der Diskurs und Gestus des *BETA|blogger* auch selbst Teil einer historischen Aneignungsstrategie ist so werden doch elementare Aspekte des Monsters und seiner Kreation angesprochen: Utopie und Dystopie bezüglich eines Raumes, der im historischen Moment geordnet scheint und an dessen Peripherie etwas Neues auftaucht. Die Identifizierung als „Pamphlete“ ist Teil des Monsterdiskurses und gleichzeitig Beschreibung eines Phänomens, das kulturell noch nicht angeeignet - d.h. noch nicht im Zentrum, noch nicht kanonisiert - ist.

Abschließend noch ein Zitat, das als historischer Rückgriff einen Schluss auf das Selbstverständnis eines Bloggers zulässt, der *BETA|blogger* konstatiert:

Dieser [Louis Sébastian Mercier in den „Tableau de Paris] entwickelt als einer der ersten die Feinfühligkeit des Journalisten, gerade das wahrzunehmen und aufzugreifen, was direkt um ihn herum passierte.⁵⁰

Ein Zuschreibung, die gut zu einem Diskurs in der deutschsprachigen Bloggerszene passt, der sich rund um die Definition des Terminus „Gonzo-Blogger“⁵¹ entwickelte. Entgegengesetzt wird von der etablierten Medienöffentlichkeit die Minderqualität und der kleinteilige Blick - als „Nabelschau“ - abwertend ins Treffen geführt.⁵²

5.1 Rezeption und Umgang mit dem Monster

Dem Monster wird jedenfalls in den vier Modalitäten von Smits begegnet.

1 Vernichtung des Monsters Weblog/Filter/Blogosphere

- a) Seitens der klassischen CMS-Partei wird die Funktionalität von Weblogs geringgeschätzt
- b) Filtern wird als parasitär und sekundär wahrgenommen
- c) Das Format wird als privates, irrelevantes, kurzlebige Geschwätz abgetan

⁴⁷ Vgl. (Coates, Tom 2003)

⁴⁸ Vgl. (BETA|blogger 2003)

⁴⁹ (BETA|blogger 2003b)

⁵⁰ (BETA|blogger 2003b)

⁵¹ Vgl. (Kris, Jun 2003).

⁵² „Bloggers are navel-gazers ... there’s an overfascination with self-expression, with opinion. This is opinion without expertise, without resources, without reporting.“ (Wired News Dez. 2002) zit. nach (Davies, William Mai 2003)

- d) Qualität von Beziehungen/Content wird durch Quantität ersetzt, Soziales Kapital geht verloren. *Strong ties* werden durch *weak ties* ersetzt, dies wird als negativ empfunden⁵³.
 - e) Zerfall der Gesellschaft in unverbundene Subkulturen, Entsolidarisierung durch CMC
 - f) Virtuelle und reale Gemeinschaften (Communities) schließen einander aus.
- 2 Anpassung des Monsters Weblog/Filter
- a) Bestehende CMS und KMS erhalten eine schwergewichtige Weblog-Extension
 - b) Etablierung von Ontologien
 - c) Die Kultur des Verlinkens erfährt eine Ächtung
- 3 Assimilation
- a) We Media - Austausch/Wechselbeziehung professioneller und privater Recherche und Kommentare.⁵⁴
 - b) Content und Verlinkungspraxis werden durch neue Konventionen verfügbar gemacht ohne Urheberrechte zu verletzen, Creative Commons (<http://creativecommons.org/>) ist ein Versuch
 - c) Social Software ist nicht nur Buzzword, sondern indiziert das Interesse am sozialen Potenzial von Software. D.h. weg vom Desktop (aber via den Desktop) hinzu zur Vernetzung.⁵⁵
 - d) Integration freier Filter mit zentralen Taxonomien (k-collector, <http://k-collector.evectors.it/>)
 - e) Persönliche Annotationen, die öffentlich zugänglich sind. Auf diesem Weg entsteht ein bewertetes Netz an kontextualisierten Informationen, also Wissen. Zusätzlicher Pfad der Meinungsbildung.
 - f) Rekonfiguration des öffentlichen und des Privaten: zuhause und doch nicht allein. Communities of Interest werden personenzentriert abseits geografischer und zeitlicher Einschränkungen = "vernetzte Individualität"⁵⁶
 - g) Neue informelle und unsichtbare online social networks werden möglich⁵⁷
 - h) Virtuelle und reale Gemeinschaften (Communities) schließen einander nicht aus.
- 4 Apotheose
- a) Politisches Heilserwartungen. *Emergent Democracy* ist die Vision unsere repräsentative Demokratie durch ein weblog-basierte direkte Demokratie abzulösen⁵⁸ sowie Elwyn Jenkins' *The Emerging Sixth Estate*⁵⁹, der die Blogosphere als sechsten Stand (sixth estate) begreift, der einer eigenen Logik gehorcht und öffentliche Meinung - als Alternative und Kontrolle zu den anderen politischen Mächten - bildet.
 - b) Virtuelle Netzwerke lösen reale ab.
 - c) Ablöse des klassischen Journalismus durch Alltagsreporter vulgo Blogger.
 - d) Gesellschaftliche Meinungsbildung auf Kommentarsystemen und RSS-Basis

⁵³ Vgl. (Granovetter, Mark, 1973).

⁵⁴ Vgl. (Gillmor, Dan, May/June 2003).

⁵⁵ Vgl. (Shirky, Clay 2003)

⁵⁶ Vgl. (Wellman, Barry; Quan-Haase, Anabel; Boase, Jeffrey; Chen, Wenhong, Oct 2002).

⁵⁷ Vgl. (Nielsen, Jakob, Feb 2000).

⁵⁸ Vgl. (Ito, Joichi, März 2003)

⁵⁹ Vgl. (Jenkins, Elwyn, Juli 2002).

- e) Ablöse von CMS und Desktop-Applikationen, der Mensch und seine Produktionsmittel gehen im Internet auf.
- f) Sämtliches implizite Wissen wird explizit und nachhaltig nachvollziehbar.

6. Interaktive Netzwerke, Social Software und soziotechnisches Kapital

Offensichtlich ist in der Geschichte der Technologien, aller Paradigmenwechsel, also der Monster, ein ähnlicher Lebenszyklus zu beobachten. Das Potenzial liegt nun dort, wo man den richtigen Zeitpunkt erkennen kann. Das ist der Punkt an dem ein Monster von der Peripherie ins Zentrum geholt wird, es wird dabei Federn lassen, so wie das Zentrum Modifikationen vornehmen muss. Das ist der nachhaltigste Weg der Konfrontation mit dem Anderen und der schlussendlichen Integration. Auf diesem Weg wird häufig die ursprüngliche Bezeichnung des Monsters geändert. So wenig wie Menschen mit Herzschrittmacher als Monster (Integration anorganischer Substanzen im organischen Milieu) bezeichnet werden sind, so denkbar ist es, dass der Terminus Weblog zunehmend in den Hintergrund tritt und etwa durch andere wie bspw. Business-Journal ersetzt wird. Das worum es wirklich geht, heisst Interaktion und Vernetzung, wir stehen erst am Anfang der Reise.

Der Terminus Social Software tritt in diesem Zusammenhang auf den Plan, insofern als er als Überbegriff eine gesellschaftliche Aneignung von Software anzeigt, die zunehmend der technologisch unterstützten sozialen Vernetzung via Internet das Wort redet. Weblogs, als eine Spielart von Social Software, generieren Wissen durch Filtern und durch auf Vertrauen basierende soziale Netzwerke, letztlich eine Medienöffentlichkeit, die disloziert und zeitonenunabhängig - wenn auch nicht zur Gänze⁶⁰ - ist. Das Monster Weblogs/Blogosphere tritt zu einem Zeitpunkt in Erscheinung, wo der Verfall tradierten sozialen Kapitals diagnostiziert wird. Als Ursache identifiziert, entsteht im Zuge der Assimilierung oder doch der Utopie die These von der Ersetzung tradierten Formen von sozialem durch soziotechnisches Kapital. Computer-mediated -communication (CMC) ist ein Mittel zur Anbahnung und Aufrechterhaltung sozialer Beziehungen. Das Zusammentreffen (von produktiver Kombinationen) von Informations- und Kommunikationstechnologien und sozialer (Austausch)Beziehungen führt bei Resnick⁶¹ zum Terminus "soziotechnisches Kapital" als einer Sub-Kategorie von sozialem Kapital. Social Software ist die Reaktion auf globale Veränderungen, das Monströse äußert sich solange das Neue und Andere von den Rändern ins Zentrum drängt, wenn es das denn tut. Nach Resnick⁶² sind soziotechnische Innovationen des 21. Jahrhunderts Pendant zu den Antworten des letzten Jahrhunderts auf Fabriken, Urbanisierung und Immigration: Pfadfinder, den Gewerkschaften und Vereine.

Weblogs sind vielleicht nur ein Versuch informelle Netzwerke darzustellen und zu organisieren, im wesentlichen dezentral und emergent. Entsteht neben den traditionellen Netzwerken, die Wissen, Identitäten und Arbeitsbeziehungen schaffen ein neues, das möglicherweise zunehmend bedeutungsvoller wird? Wenn das so ist, dann lassen sich an den Rändern unser kulturelle Wahrnehmung die Smits'schen Verhaltensmuster orten, zumindest solange das Monster nicht ins Zentrum eintritt oder vernichtet wird.

⁶⁰ Vgl. (Stegbauer, Christian 2001)

⁶¹ Vgl. (Resnick, Paul 2001)

⁶² Vgl. (Resnick, Paul 2001)

Die Analyse des Aufkommens und der Rezeption von Weblogs, der Blogosphäre und der verwendeten Tools soll vermittels der Analyse ihrer Diskurse und Funktionalitäten, der sog. *latent Social Software*⁶³, den historischen Prozess der Kanonisierung einer neuen Publikationsform in einer Folgestudie nachzeichnen.

7. Bibliografie

Barbrook, Richard, Cameron, Andy, The Californian Ideology, <<http://www.hrc.wmin.ac.uk/theory-californianideology.html> >, online: 21.08.2003.

Berger, Peter L., Luckmann, Thomas, Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie, in: [Fischer-Paperbacks] ; 6623 : Forum Wissenschaft : Gesellschaften, Frankfurt am Main (2000).

Blood, Rebecca, Weblogs: A History and Perspective, <http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html >, online: 27.09.2003, in: Rebecca's Pocket (Dez 2002).

Fukuyama, Francis, Trust. The Social Virtues and the Creation of Prosperity, (1995).

Gillmor, Dan, Here comes 'We Media'. Tech-Savvy Readers want in on the Conversation, <<http://www.cjr.org/archives.asp?url=/03/1/gillmor.asp> >, online: 27.09.2003, in: Columbia Journalism Review, (May/June 2003).

Goldhaber, Michael, The Attention Economy and the Net. (2nd)Draft version of a talk presented at the conference on 'Economics of Digital Information,' Cambridge, MA, Jan. 23-26, 1997, <<http://www.well.com/user/mgoldh/AtEcandNet.html> >, online: 13.03.2003, (1997).

Granovetter, Mark, The Strength of Weak Ties, in: American Journal of Sociology (78), 6, 1360 - 1380, (1973).

Hargittal, Eszter, Second-Level Digital Divide: Differences in People's Online Skills, <http://firstmonday.org/issues/issue7_4/hargittai/ >, online: 01.10.2003, in: First Monday (7), 4, ed: Edward J. Valauskas, (2002).

Heidegger, Gerald, Bloggen, <<http://betablogger.antville.org/topics/Bloggen> >, online: 24.09.2003, in: BETA|blogger, (2003).

Heidegger, Gerald, "Bloggen" im 18. Jahrhundert, <<http://betablogger.antville.org/stories/482305/> >, online: 24.09.2003, in: BETA|blogger (2003b).

Henning, Jeffrey, The Blogging Iceberg - Of 4.12 Million Hosted Weblogs, Most Little Seen, Quickly Abandoned, <<http://www.perseus.com/blogsurvey/thebloggingiceberg.html> >, online: 31.12.2003, (2003).

Herring, Susan C; Scheidt, Lois A.; Wright Elijah, Bonus, Sabrina, Beyond the Unusual: Weblogs as Genre, <<http://www.blogninja.com/aoir.blog.final.ppt> >, online: 31.12.2003, (2003).

Hynes, Aldon, o.T., <<http://ahynes1.homeip.net:8000/dean/aoirpaper1.htm> >, online: 31.12.2003, (2003).

Ito, Joichi, Emergent Democracy, <<http://joi.ito.com/static/emergentdemocracy.html> >, online: 27.09.2003, (März 2003).

Jenkins, Elwyn, Blogosphere as the Sixth Estate Revisited, <<http://microdoc-news.info/home/Blogger-News/2003/07/16.html/1> >, online: 27.09.2003, in: Microdoc News. Online Magazine about exercising personal power in the Information Age, (Juli 2002).

⁶³ Vgl. (Shirky, Clay, Sept 2003).

Johnson, Steven, Emergence: The Connected Lives of Ants, Brains, Cities, and Software, New York (2001).

Kris, Hihihihihih!, <<http://eleph.antville.org/stories/411491/>>, online: 27.09.2003, in: elephäntville. ... become a public entertainer and make our internet a more enjoyable place, (Jun 2003).

Langridge, Stuart; Hickson, Ian, Pingback 1.0, <<http://www.hixie.ch/specs/pingback/pingback>>, online: 27.09.2003, (2002).

LeFever, Lee, What is a Blogroll? Why Would I Want One?, <<http://www.commoncraft.com/archives/000427.html>>, online: 31.12.2003, in: commoncraft (2003).

Manovich, Lev, New Media: a User's Guide, <http://www.manovich.net/docs/new_media_users_guide.doc>, online: 03.01.2004, (1999).

Mason, Jean S., From Gutenberg's Galaxy to Cyberspace: The Transforming Power of Electronic Hypertext, <<http://www.masondissertation.elephanthost.com/newspace.htm>>, online: 27.09.2003, McGill University: Diss (2000).

Nielsen, Jakob, Does the Internet make us lonely?, <<http://www.useit.com/alertbox/20000220.html>>, online: 27.09.2003, (Feb 2000).

Pilgrim, Mark, What is RSS?, <<http://www.xml.com/lpt/a/2002/12/18/dive-into-xml.html>>, online: 03.01.2004, (2002).

Pflugmacher, Torsten, Rezeptions- und Wirkungsästhetik, <<http://www.uni-essen.de/literaturwissenschaft-aktiv/Vorlesungen/methoden/rezwirk.htm>>, online: 21.08.2003, in: Einladung zur Literaturwissenschaft, ed: Vogt, Jochen, (2002).

Quick, William, o.T., <http://www.iw3p.com/DailyPundit/2001_12_30_dailypundit_archive.html#8315120>, online: 03.01.2004, in: Daily Pundit (2002).

Reed, David P., That Sneaky Exponential - Beyond Metcalfe's Law to the Power of Community Building, <<http://www.reed.com/Papers/GFN/reedslaw.html>>, online: 03.01.2004, (2000).

Resnick, Paul, Beyond Bowling Together: SocioTechnical Capital, in: Human-computer interaction in the New Millenium, ed: John M. Carroll, 647 - 672, New York (2002).

Rushkoff, Douglas, Social Currency, <http://www.rushkoff.com/cgi-bin/columns/display.cgi/social_currency?&print.tem>, online: 31.12.2003, (2003).

Ruthner, Clemens, "Je veux revenir". Studien zu der Revenantfigur und ihrem Umfeld in den Romanen von Ewers, Soyka, Spunda, Strobl, Wien, Universität Wien: Diplom (1990).

Sergio, Fabio, connectedland, <<http://www.freegorifero.com/connectedland/connectedland.html>><<http://www.freegorifero.com/connectedland/connectedland.pdf>>, online: 21.08.2003, (2002).

Shachtman, Noah, Blogs Make the Headlines, <<http://www.wired.com/news/print/0,1294,56978,00.html>>, online: 02.10.2003, in: Wired News (Dez. 2002).

Shirky, Clay, Social Software and the Politics of Groups, <http://www.shirky.com/writings/group_politics.html>, online: 20.04.2003, (2003).

Shirky, Clay, Buzz Maker: Interesting but not there yet, <http://www.corante.com/many/archives/2003/09/11/buzz_maker_interesting_but_not_there_yet.php>, online: 29.09.2003, in: Many-to-Many: A Group Blog on Social Software, (Sept 2003).

Smits, Martijntje, Monster Ethics: a Pragmatist Approach to Risk Controversies on New Technology, <<http://www.tbm.tudelft.nl/webstaf/michielb/ethicsconference/thursday/smits.doc> >, online: 17.08.2003, Paper for the 'Research in Ethics and Engineering' Conference at Delft University. April 25th – 27th 2002, (2002a).

Smits, Martijntje, Monsterbezwinging. De culturele domesticatie van nieuwe technologie, University Twente: Diss (2002).

Stegbauer, Christian, Grenzen virtueller Gemeinschaft. Strukturen internetbasierter Kommunikationsforen, Wiesbaden (2001).

Trott, Ben und Mena, TrackBack Explanation, <<http://www.movabletype.org/trackback/beginners/> >, online: 27.09.2003.

Waypath, <<http://www.waypath.com/about> >, online: 27.09.2003, (2002).

Wellman, Barry; Quan-Haase, Anabel; Boase, Jeffrey; Chen, Wenhong, Examining the Internet in Everyday Life, <<http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/euricom/Examining-Euricom.htm> >, online: 27.09.2003, (Oct 2002).

Winer, Dave, Radio is a News Aggregator, <<http://radio.userland.com/whatsANewsAggregator> >, online: 28.09.2003, (Jun 2002).

Wolff, Phil, Blogcount. How many blogs and bloggers? How big the blogosphere?, <http://dijest.com/bc/2003_06_23_bc.html#105638688729256217 >, online: 27.09.2003, (2003).

Zylstra, Ton, Monstrous KM, <<http://www.zylstra.org/blog/archives/001075.html> >, online: 28.09.2003, in: TON'S INTERDEPENDENT THOUGHTS, (2003).