

Erste Kinder des World Wide Web: Die Blogger kommen

Weblogs verknüpfen geschickt die Fundamente des Webs und feiern derzeit Erfolge. Kommerziell genutzt werden sie indes noch kaum – aber das kann sich ändern. *Andreas Kapp*

Neue Medien werden oft und gern mit Begriffen ihrer Vorläufer beschrieben. Dies gilt auch für den Weblog, kurz «Blog» genannt. Mitte der 90er-Jahre entstanden, verschmelzt der Weblog News-Foren und Homepages zu einer Kurzform zwischen Nachricht und Kommentar. Neben dem Schreiben als persönlichem Ausdruck im Web ist für Weblogger auch die Community der anderen Blogger wichtig.

Während im englischsprachigen Internet die Zahl der Weblogs explodiert, gibt es in der Schweiz erst ein knappes Dutzend, im deutschsprachigen Raum noch kaum 300 Blogs. Weblogger der Gründerzeit waren vor allem Techniker und Webdesigner. Zu den Pionieren gehörte etwa Justin Hall, der als 19-Jähriger 1994 begann, auf links.net sein Leben minutiös zu protokollieren. Mit dem Aufkommen ausgereifter Weblog-Software sank alsbald die technische Hürde. Nichteingeweihten wurde es plötzlich möglich, mit vertretbarem Aufwand regelmässig im Web zu publizieren. Das Themenspektrum reicht heute von der kommentierten Linkliste bis zum literarisch inspirierten Tagebuch, vom politischen Kommentar bis zur egomanischen Selbstdarstellung.

Interaktiver Rundfunk

Von einer breiteren Öffentlichkeit wurden die «Warblogger» nach dem 11. September wahrgenommen: Das Internet



Jede Party hat einmal ein Ende. An der virtuellen Bloggerparty 2001 trafen sich deutschsprachige Weblogger als «storTroopers» verkleidet.

Quelle: www.x-7.de/extra/bloggerparty.htm

war in New York eines der wenigen Kommunikationsmittel, das nach dem Einsturz des WTC noch funktionierte. Bloggen wurde zu einer Form der Verarbeitung der traumatischen Bilder und des persönlichen Kommentierens der terroristischen Ereignisse. Ein prominenter Vertreter der konservativen «Warblogger» ist der Rechtsprofessor Glenn Reynolds (instapundit.com).

In der technischen Welt sind Weblogs zum Standardmedium der Berichterstattung im Netz geworden. Auch in vielen Open-Source-Projekten kommunizieren die Entwickler über Blogs. An der O'Reilly-Konferenz über neue Technologien haben manche Teilnehmer die Referate mitgeschrieben und live via Laptop und Wireless-LAN ins Web übertragen. Leser reagierten auf die Konferenz-Blogs mit Fragen, die vom Verfasser aus dem Web sogleich wieder zurück in den Saal und an den Referenten geleitet wurden. Diese Zunahme der Geschwindigkeit von Publizieren und Kommentieren verleiht Weblogs die Qualität eines interaktiven Rundfunks ohne teure Redaktion, Logistik und Verwaltung.

Darlings der Suchmaschinen

Auch die Suchmaschinen verfolgen interessiert den publizistischen Drang der Blogger. daypop.com ist eine Event-

Suchmaschine, die täglich die besten Newssites und Weblogs durchsucht und auffindbar macht. Daraus wird die Hitliste der interessantesten Onlineartikel erstellt. Das amerikanische MIT erforscht im Blogdex-Projekt (blogdex-media.mit.edu) Weblogs und führt eine Hitparade der aktivsten Websites.

Die Recherchiermaschine Google liebt frische Links, vor allem auf andere Websites. Weil Weblogs aktuell sind, werden sie von google.com öfter besucht und indiziert als andere Websites. Zudem steigert jeder Link, der von der eigenen Site wegführt, bei Google auch die Relevanz der eigenen Site. Im Ranking der Suchmaschine stehen Weblogs meist auf den ersten Plätzen.

Die Medien sind herausgefordert

Während in der Schweiz immer mehr Verleger ihre Onlinezeitungen hinter kostenpflichtigen Schranken versenken, leben Weblogs geradezu «parasitär» von den Artikeln anderer. Dies hat auch das Wall Street Journal erkannt und sich auf die Tradition des Meinungsjournalismus besonnen. Auf opinionjournal.com bloggt nun die WSJ-Redaktion, publiziert Kommentare und Hintergründe zur Printausgabe. Auch der britische Guardian hat einen Weblog (guardianunlimited.co.uk/weblog) eingerichtet, der die

besten Journalistenbeiträge des Onlinetages in einem Weblog versammelt.

Dan Gillmor, Weblogger im Auftrag der San Jose Mercury News, nennt das Weblog-Phänomen «Journalismus 3.0». Seine Diagnose lautet: Der bewährte Journalismus wird von der neuesten Technologie überrollt. Gillmor fordert die Journalisten auf, zu begreifen, dass ihre Leser meist mehr vom Thema wissen als sie selbst. Dies sei aber keine Bedrohung, sondern als Chance aufzufassen. Die digitalen Werkzeuge würden eine neue Form von Journalismus hervorbringen, der mehr einem Dialog zwischen Autor und Leser gleiche.

Haupteinnahmequelle: Onlinespende

Blogger wie Weblog-Programmierer haben Auslagen für den Betrieb ihrer Server, von der Arbeitszeit einmal abgesehen. Während im deutschsprachigen Raum noch kostenfreie Plattformen verfügbar sind, hat sich jenseits des digitalen Atlantiks der Aufruf zur Leserspende eingebürgert. Abgewickelt werden die Kleinstbeträge unter dem Motto «click to pay» von Micropayment-Dienstleistern. Die junge Firma Paypal hat sich in diesem Kommissionsgeschäft einen Namen gemacht. Kürzlich wurde das Startup-Unternehmen von eBay aufgekauft.

Zusammen mit den «Wiki Wiki»-Servern für das kollektive Schreiben sind Weblogs die ersten Kinder des WWW, die eine eigene mediale Form gefunden haben. An sich ist die Weblog-Software allein nicht bahnbrechend neuartig. Doch Weblogs verknüpfen geschickt die Fundamente des Web: Browser, Webserver, Links und den Feedback der digitalen Öffentlichkeit. Fast scheint es, als ob das WWW mit dem Weblog eine Sendeanlage bekommen hätte. Und in Verbindung mit den mobilen Netzwerken werden Weblogs dereinst sogar das schnelle Radio an Geschwindigkeit übertreffen.

- www.antville.org
- www.blogger.com
- www.movabletype.org
- www.userland.com