

Bauhaus Universität Weimar
Fakultät Medien

Weblogs – Meinungsmacher der Zukunft ?

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades einer
Diplom-Kulturwissenschaftlerin (Medien) an der Fakultät
Medien der Bauhaus Universität Weimar

Betreuer:
Prof. Dr. Matthias Maier

Eingereicht von:
Dipl.-Cand. Stefanie Burmeister

Weimar, den 01.03.2007

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	I
Abbildungsverzeichnis.....	II
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung	2
1.2 Gang der Untersuchung	2
2 Weblogs	4
2.1 Begriffserläuterung, Entstehung und Geschichte der Weblogs	4
2.2 Das Format der Blogs	7
2.3 Die Technik hinter den Blogs	9
2.4 Die verschiedenen Erscheinungsformen der Blogs	11
2.4.1 Private Blogs	11
2.4.2 Journalistische Weblogs.....	12
2.4.3 Weblogs gesellschaftspolitischer Initiativen.....	14
2.4.4 Weblogs von Parteien, Unternehmen und Institutionen	14
2.4.5 Weblogs von Politikern und Prominenten	15
3 Weblogs – ein Medium der Masse das Meinungen bildet?	17
3.1 Begriffserklärung und Einfluss der Medien als Meinungsmacher im Wandel der Zeit	17
3.2 Die Massenmedien.....	21
3.2.1 Die Funktion der Massenmedien	22
3.2.2 Die Agenda Setting Hypothese und der Meinungsbildungsprozess durch Weblogs	24
3.2.3 Die Realität der Massenmedien nach Niklas Luhmann und die Widerlegung seiner These	26
3.3 Das Internet – ein Medium für die Massen entsteht	28
3.3.1 Weblogs – die Dynamik der Blogosphäre	30
3.3.2 Von der Mediengesellschaft zur Google-Gesellschaft – das neue Nutzungsverhalten der Massen.....	31
3.4 Die Berichterstattung der Weblogs – Vor- und Nachteile.....	32
4 Weblogs – das Entblößen im Netz und die Macht der Blogs	38
4.1 Die Menschen hinter den Blogs – wer schreibt?	38
4.2 Die Rezipienten der Weblogs – Nutzen und Mehrwert für Leser	41
4.3 Hassliebe: Das Verhältnis von privaten Bloggern und Journalisten.....	44
4.4 Der Einfluss der Blogs – Fallbeispiel StudiVZ und Blogbar.de.....	47
4.4.1 Entstehung, Geschichte und Autor der Blogbar	50
4.4.2 Publikum und Auswirkung der Blogbar	51
4.4.3 Schlussfolgerung anhand des Beispiels	52
5 Weblogs – Meinungsmacher der Zukunft?	54
5.1 Nutzen und Einfluss der Blogs auf Wirtschaft und Politik.....	54
5.2 Nutzen und Einfluss der Blogs auf die Medien	58
5.3 Weblogs – Teil einer Medienrevolution?	59
5.4 Die Zukunftsaussichten der Blogosphäre	60
6 Schlussbetrachtung – Weblogs Medienrevolution oder Strohfeuer?	63
 Bibliographie.....	III
Zusätzliche Quelle.....	VII
Eidesstattliche Erklärung.....	VIII

Bibliographie

- Alphonso, Don/ Pahl, Kai: Blogs!- Text und Form im Internet. Berlin, 2004.
- Alphonso, Don: Das Elend mit den Panels und den Zahlen.
<http://www.blogbar.de/page/4/>, 14.01.2007.
- <http://www.amazon.de/Liquide-Don-Alphonso/dp/3896024493>, 15.01.2007.
- http://www.amazon.de/Rebellen-ohne-Markt-Don-Alphonso/dp/3896026011/ref=pd_ecc_rvi_1/028-4777804-6094108, 15.01.2007.
- Anders Ovrebo, Olav: Blogger verändern die Meinungsbildung.
www.netzzeitung.de/internet/372634.html, 15.01.2007.
- [http:// www.bildblog.de](http://www.bildblog.de), 14.02.2007.
- Berufsgenossenschaftliche Akademie Hennef:
<http://www.hvbg.de/d/bga/biblio/internet/entste.html>, 06.11.2006.
- www.blogads.com/survey/blog_reader_survey.html, 21.12.2006.
- www.blogbar.de/archiv/2006/11/23/studivz-700-stalker-und-der-datenschutz/
14.01.2007.
- <http://www.blogbar.de/archiv/2006/11/30/ok-es-wird-vielleicht-langweilig-aber-privacy-gau-bei-studivz/>14.01.2007.
- <http://www.blogplan.de/default.php>., 05.12.2006.
- <http://blog.studivz.net/?p=110>, 08.01.2007.
- Blood, Rebecca: How Blogging Software reshapes the Online Community. In: Communications of the ACM, Jg.47, Heft 12 (2004).
- Blood, Rebecca: Weblogs: A History and Perspective.
http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html., 25.11.2006.
- Breunig, Christian: Auslaufmodell oder Wiederbelebung durch Digitalisierung? Terrestrisches Fernsehen in Deutschland. In: Arnold, Klaus / Neuberger, Christoph (Hrsg.). Alte Medien – neue Medien. Theorieperspektiven, Medienprofile, Einsatzfelder. Festschrift für Jan Tonnemacher. Wiesbaden, 2005.
- Büffel, Steffen: World Wide Dorf. Web 2.0 als Chance fürs Lokale: Wie Regionalzeitungen über das Internet die neuen Potenziale der Leserbeteiligung ausschöpfen. In: Medium. Magazin für Journalisten. November 2006.
- Chill, Hanni / Meyn, Hermann: Funktionen der Massenmedien in der Demokratie.
http://www.bpb.de/publikationen/04309502558076112983648580539468,0,0,IZPB_260_Funktionen_der_Massenmedien_in_der_Demokratie_050402.html, 08.11.2006.

http://www.contentmanager.de/magazin/artikel_805_blogger_communities.html
Blogger und Communities - die neue Internet-Publizistik, 12.12.2006.

Eichhorn, Wolfgang: Agenda-Setting Prozesse – eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher Themenstrukturierung. München, 1996.

Fikisz, Walter: Weblogs und Journalismus: Ohne Content keine Comments.
http://goa2003.onlinejournalismus.de/forschung/diplomarbeit_weblogs.php,
25.02.2007.

<http://www.filmszene.de/kino/0-9/15.html>, 14.02.2007.

<http://fx3.org/blog/2006/12/04/studivz-gesammelte-pressestimmen-ja-ohne-blogs/>,
14.01.2007.

Gill, K. E.: How can we measure the influence of the blogosphere?
http://faculty.washington.edu/kegill/pub/www2004_blogosphere_gill.pdf, 25.11.2006.

Gillmor, Dan. We the media. Grassroots Journalism. By the people, for the people.
Sebastopol, 2006.

Hannemann, U. / Henke, R. / Waldemaier, N.: Web.2.0. Das Mitmach-Netz. In: Focus,
Heft 41 (2006).

Hennig-Thurau, T. / Gwinner, K. P. / Walsh, G. / Gremler, D.D.: Electronic Word of
Mouth via Consumer-Opinion Platforms. In: Journal of Interactive Marketing, 18. Jg.;
S. 38-52.

Hering, Sandra: Agenda Setting und der öffentliche Diskurs. Weimar, 2002.

Hornig, Frank: Du bist das Netz. In: Der Spiegel. Heft 29 (2006).

Lenhart, Amanda / Horrigan, John / Fallows, Deborah: Content Creation Online. 2004
www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Content_Creation_Report.pdf, 04.12.2006.

Lueke, Falk: Die Sorgenfreien.
<http://blogs.lueke.info/unverkaeuflich/2006/11/26/die-sorgenfreien/>, 09.01.2007.

Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien. Wiesbaden, 2004.

Maatz, Björn: Weblogs am Wendepunkt. <http://www.stern.de/computer-technik/internet/:Analysten-Weblogs-Wendepunkt/579584.html>, 12.02.2007.

Maier, Matthias: Was ist ein Medium? Vorlesung Medienökonomie, Weimar, 2003.

McLuhan, Marshall. Die magischen Kanäle. „Understanding Media“. Düsseldorf,
Wien, New York, Moskau, 1968.

Meyn, Hermann. Massenmedien in Deutschland. Konstanz, 2001.

Möller, Erik: Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern. Hannover, 2006.

Musch, J.: Die Geschichte des Netzes: Ein historischer Abriss. http://www.uni-duesseldorf.de/home/Fakultaeten/math_nat/WE/Psychologie/abteilungen/ddp/Dokumente/Publications/1997.Musch.Die_Geschichte_des_Netzes.html. 14.11.2006.

Nitz, Olaf: Sind Weblogs als Meinungsmacher überschätzt?
<http://soso.onitz.de/2006/09/18/sind-weblogs-als-meinungsmacher-ueberschaetzt/>
22.02.2007.

Pätzold, Ulrich. Wenn das Internet nicht gekommen wäre...Der Kabeltext als „Neues Medium“ der achtziger Jahre“. In: Klaus. Neuberger, Christoph (Hrsg.). Alte Medien – neue Medien. Theorieperspektiven, Medienprofile, Einsatzfelder. Festschrift für Jan Tonnemacher. Wiesbaden 2005.

Patalong, Frank: US-Wahlkampf – Blogger als Berichterstatter?
<http://www.spiegel.de/netzwelt/politik/0,1518,310724,00.html>, 20.12.2006.

Perseus Websurveyor: <http://www.perseus.com/blogsurvey/geyser.html>, 25.11.2006.

Pew Internet & American Life Project: New data on blogs and blogging.
http://www.pewinternet.org/PPF/r/113/report_display.asp, 18.12.2006.

Pew Internet & American Life Project: New Data on blogs and blogging.
www.pewinternet.org/press_release.asp?r=104, 20.12.2006.

Pew Internet & American Life Project: The state of blogging.
www.pewinternet.org/pdfs/PIP_blogging_data.pdf, 04.12.2006.

Pias, Claus / Vogl Joseph / Engell Lorenz / Fahle Oliver / Neitzel, Britta (Hrsg.). Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart, 2002.

Postman, Neil. Wir amüsieren uns zu Tode. Das Zeitalter des Showbusiness. Frankfurt a. M., 1988.

Schieb, Jörg: Explosion im Netz. Internet im Zeitraffer, Teil 1: Von 1995 bis heute.
http://www.wdr.de/themen/kultur/rundfunk/10jahre_wdr_online/internet_entwicklung/index.jhtml?rubrikenstyle=zehn_jahre_online, 17.11.2006.

Schneider, Beat. Phentesilea – die andere Kultur- und Kunstgeschichte. Bern, 1999.

Schmidt, Jan: Weblogs. Eine kommunikations- soziologische Studie. Konstanz, 2006.

Schultz, Stefan: Wahlkampf in der Blogosphäre.
<http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,460843,00.html>, 29.01.2007

Schwiesau, Dietz: Nachrichtengrundsätze. Die Nachricht und ihr Platz im Radio. In: Horsch, Jürgen / Ohler, Joseph / Schwiesau, Dietz (Hrsg.): Radionachrichten. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. München, 1996.

Sixtus, Mario: Die Ungleichen Brüder. Über Blogger und Journalisten.
<http://www.heute.de/ZDFheute/inhalt/20/0,3672,2254324,00.html>, 12.12.2006.

Sixtus, Mario. Massenmedium. Blogosphäre: Kommunikationsgeflecht und Marketingfaktor. C't 19/05. http://www.sixtus.net/article/612_0_2_0_C1/, 07.01.2007.

Stöcker, Christian: Holtzbrinck schnappt sich StudiVZ.
<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,457536,00.html>, 14.01.2007.

Stöcker, Christian: Neuer Ärger um Studivz. Sex-Stalker im Studentennetz.
www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,450866,00.html, 11.01.2007.

Stöcker, Christian: Wir rütteln die Mainstream-Medien auf.
<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,462487,00.html>, 29.01.2007.

Surek, Florian: StudiVZ in der Krise.
<http://www.readers-edition.de/2006/12/04/studivz-in-der-krise/> 09.01.2007.

http://www.tibs.at/faecher/be/sachgebiete/visuelle_medien/massenmedien/massenmedien_funktion.htm#meinungsbildung, 11.11.2006.

Vetter, Tobias. Die Geschichte des Internets.
<http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/mmedia/web/index8.html>, 14.11.2006.

Vollmer, Jürg: Weblogs verändern den Journalismus.
<http://www.krusenstern.ch/p150.html>. 23.02.2007.

Von der Helm, Daniel. Entwicklung des Internets.
<http://www.daniel-von-der-helm.com/internet/entwicklung-des-internet.html>, 13.11.2006.

Weinlich, Herbert: Sind „Weblogs“ eine lohnende Herausforderung für Journalisten? In: JournalistenJournal. Offizielles Medium des Wiener Journalisten Club. Dezember 2005.

Wolff, Peter: Die Macht der Blogs. Chancen und Risiken von Corporate Blogs und Podcasting in Unternehmen. Frechen, 2006.

Zerfaß Ansgar / Boelter Dietrich: Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien. Graz, 2005.