

Erschienen in: Androutsopoulos, Jannis/Runkehl, Jens/Schlobinski, Peter/
Siever, Torsten (Hg.): Neuere Entwicklungen in der Internetforschung. Reihe
Germanistische Linguistik 186-187/2006. Hildesheim/Zürich/New York, S. 132-160.

CLAUDIA FRAAS / ACHIM BARCZOK (CHEMNITZ)
UNTER MITARBEIT VON NINA DI GAETANO¹

Intermedialität - Transmedialität. Weblogs im öffentlichen Diskurs

1. Einleitung
2. Intermedialität - Transmedialität
3. Weblogs im öffentlichen Diskurs
4. Ein Beispiel: Intermedialität im Diskurs um die Marsmissionen
der NASA und ESA
5. Zusammenfassung

1. Einleitung

In modernen Gesellschaften manifestieren sich Inhalte und Themen im Medienverbund, d.h. nicht innerhalb isoliert existierender Medien und Gattungen, wie es traditionelle philologische und medienwissenschaftliche Ansätze lange suggeriert haben. Konsequenterweise sind Mediengrenzen überschreitende Phänomene in den vergangenen Jahren zunehmend ins

¹ ACHIM BARCZOK und NINA DI GAETANO sind Absolventen des Studienganges "Medienkommunikation" an der TU Chemnitz. Sie haben 2003/04 am Forschungsseminar "Intermedialität" bei Prof. Dr. C. Fraas teilgenommen und im Rahmen dieses Seminars ihre Abschlussarbeit geschrieben.

Blickfeld der Forschung gerückt. Das Zusammenwirken unterschiedlicher Medien bzw. Gattungen wird in erster Linie von den Literatur-, Kunst- und Kulturwissenschaften als Untersuchungsgegenstand aufgegriffen, wobei sich vor allem folgende Fragen stellen: 1. Welche Veränderungsprozesse werden durch intermediale Phänomene in Gang gesetzt? 2. Welche Veränderungen ergeben sich im Hinblick auf Inhalte, Strukturen oder auch Präsentationsformen, wenn unterschiedliche Medien bzw. Gattungen/Genres im Spiel sind? 3. Welche Veränderungen der entsprechenden Produktions- und Rezeptionsprozesse, die damit verbunden sind, können beschrieben werden? Im Rahmen einer an Foucault orientierten Diskursforschung werden diese Fragen bisher völlig ausgeblendet. Sie orientiert sich in der Regel an klassischen Printmedien und arbeitet somit intramedial, also auf Phänomene innerhalb eines Mediums ausgerichtet, wenn auch intertextuell, wobei die Texte aber eben einem einzigen Medium zuzuordnen sind. Das hat im Wesentlichen zwei Gründe: Der erste Grund ist wissenschaftsgeschichtlicher Natur, denn die Diskursforschung musste sich in unterschiedlichen geistes- und sozialwissenschaftlichen Fächern als Forschungsrichtung erst etablieren und lange Zeit gegen den Vorwurf behaupten, nicht über ein wissenschaftlich tragfähiges Instrumentarium für empirische Analysen zu verfügen. Unter diesen Umständen war es naheliegend und sinnvoll, das Analysedesign so schlank wie möglich zu halten. Der zweite Grund resultiert aus der Datenlage: Korpora aus Printzeitungstexten ließen sich ohne große Komplikationen aufbauen, elektronisch verfügbar und recherchierbar machen und so als Datenquelle für Diskursanalysen verwenden. Die an Foucault orientierte Diskursforschung, die noch vor wenigen Jahren als empirische Disziplin ausgesprochen umstritten war, kann inzwischen in den Philologien und der empirischen Sozialwissenschaft auf eine erfolgreiche Tradition zurückblicken, die gleichzeitig neue Perspektiven eröffnet. Neben der weiteren theoretisch-methodischen Fundierung der Begrifflichkeiten und des Instrumentariums ist die Zeit reif für die Einbeziehung neuer Medien, die inzwischen als Größe des gesellschaftlichen Diskurses nicht mehr vernachlässigt werden können. Während die auf Printmedienkorpora basierende Diskursanalyse in den vergangenen Jahren beachtliche Ergebnisse vorlegen konnte, steht eine Diskursanalyse neuer Medien erst am Anfang. Das ist nicht verwunderlich, denn in bisherigen Internet-Forschungen wird online-Kommunikation vor allem mit Aspekten wie Dynamik, Flexibilität, Kontextlosigkeit und Ahistorizität verbunden, die Tendenzen der Individualisierung und der

weiteren Fragmentarisierung der Gesellschaft indizieren. Unter dieser Prämisse wurde die Relevanz des Internet für öffentliche Kommunikationsprozesse selbstredend kaum in Erwägung gezogen. Diese Sicht wird durch neuere Entwicklungen in Frage gestellt, denn spätestens seit dem 11. September 2001 zeigt sich deutlich, dass das Internet nicht nur Differenzierungs-, sondern auch Globalisierungsprozesse unterstützt und integraler Bestandteil der öffentlichen Kommunikation geworden ist. Internet-Kommunikation schließt nicht nur in Krisen-Zeiten an massenmediale Kommunikationsprozesse an, wenn der Bedarf an alternativen Informationsquellen besonders stark ist. Anders als traditionelle Kommunikationsformate im Internet wie Foren, Chats und News Groups, deren Kommunikation immer in geschlossenen „Räumen“ bleibt und kaum nach außen wirkt, haben Weblogs – sofern sie sich mit öffentlich relevanten Themen auseinandersetzen – die Potenz, die Grenzen zwischen individuellem Handeln und Öffentlichkeit, zwischen individuellen und gesellschaftlichen Kommunikationsprozessen zu überschreiten und so in öffentliche Kommunikationsprozesse eingebunden zu werden. Zugriffszahlen, Zitierungsquoten und Vernetzungsdaten belegen, dass sich bestimmte Gruppen von Weblogs etablieren, die große Nutzergruppen erreichen und hinsichtlich ihrer News-Qualitäten und Glaubwürdigkeit massenmediale Potenzen haben. Unter den Bedingungen dieser relativ jungen Entwicklungen der Internet-Kommunikation stellt sich die Frage nach dem Zusammenspiel alter und neuer Medien neu: Auf welche Weise werden öffentliche Themen im Medienverbund, der Internet-Kommunikation einschließt, konstituiert und bearbeitet? Um diese Prozesse und die Schnittstellen zwischen „alten“ und „neuen“ Medien beschreiben zu können, greift das in der Linguistik eingeführte Konzept der Intertextualität zu kurz. Die Konzepte der Intermedialität und Transmedialität, die seit den 90er Jahren in den Literatur- und Kunstwissenschaften intensiv diskutiert werden, können diese Lücke schließen und für die vorliegende Fragestellung adaptiert werden. Insofern wird hier ein neues Forschungsfeld eröffnet, das Prozesse des Zusammenwirkens von online- und offline-Anteilen gesellschaftlicher Diskurse in den Blick nimmt und Aspekte der Intermedialität, Transmedialität und des Medienwechsels einbezieht.

2. Intermedialität – Transmedialität

„Die Geschichte der klassischen und modernen Medien zeichnet sich seit den Anfängen der Schrift durch mediale Transformationen, Fusionen, Brüche und Interaktionen aus, welche die postulierte ‚Reinheit‘ der Medien als Fiktion entlarven“ (MÜLLER 1996, 16). Diese Fiktion konnte als solche jedoch erst in den 90er Jahren erkannt und im Rahmen neuer Forschungsansätze in den Kultur-, Kunst- und Literaturwissenschaften thematisiert werden, denn die Ausdifferenzierung der Medienwissenschaften in den 70er/80er Jahren hatte dazu geführt, dass der Fokus der Wissenschaften jeweils auf einzelne Medien und deren Gesetzmäßigkeiten in Produktion und Rezeption gerichtet war, ohne explizit deren multimodale und multimediale Beschaffenheiten zu reflektieren oder auch über Medien- und Gattungsgrenzen hinaus zu schauen. So war es möglich, dass sich seit der Mitte des 20. Jahrhunderts z.B. eine Filmwissenschaft etablieren konnte, die die grundlegende Intermedialität des Phänomens Film nicht reflektierte und somit vernachlässigt hat, dass Film sowohl im Hinblick auf seine Konzeption als auch auf seine Rezeption immer schon unterschiedliche Codesysteme verarbeitet hat – auch und sogar der Stummfilm, der nie ohne begleitende Geräuschkulisse oder Musik aufgeführt worden ist.² Die Idee der Intermedialität, die eigentlich auf eine lange Geschichte zurückblicken und bis zur antiken Komparistik zurückverfolgt werden kann, war lange Zeit in Vergessenheit geraten und erfuhr erst in den 90er Jahren eine Renaissance in den Literatur- und Kunstwissenschaften. Das Konzept der Intermedialität ist jedoch nach wie vor sehr heterogen und spiegelt das pluralistische Feld gegenwärtiger Forschung: „Mit unterschiedlichen ... Definitionen der Intermedialität werden die verschiedensten Blickwinkel an Gegenstände angelegt, die auf ihre Weise alle von medialen Vermischungen und Interaktionen handeln“³, was zu pluralistischer Beliebigkeit und verwirrender Vielfalt der Ansätze geführt hat

² vgl. ELSAESSER (2002)

³ RAJEWSKY (2002), 11/12

und den Intermedialitäts-Begriff als einen „termine ombrellone“⁴ erscheinen lässt. RAJEWSKY (2002) ist eine der ersten Forscherinnen, die sich intensiv um eine systematische Klärung der Kategorie der Intermedialität bemühen. Sie unterscheidet zunächst **Intramedialität**, **Transmedialität** und **Intermedialität**, die begrifflich auf die gleiche Ebene gestellt werden. **Intramedialität** betrifft dabei Phänomene, die sich zwar zwischen unterschiedlichen Medienprodukten, jedoch innerhalb eines Mediums bewegen. **Intermedialität** wird als Gesamtheit aller Mediengrenzen überschreitenden Phänomene aufgefasst und **Transmedialität** bezeichnet medienunspezifische Phänomene (z.B. das Auftreten des gleichen Stoffs in unterschiedlichen Medien oder die Umsetzung einer bestimmten Ästhetik bzw. eines bestimmten Diskurstyps in unterschiedlichen Medien), die „in verschiedenen Medien mit den dem jeweiligen Medium eigenen Mitteln ausgetragen werden können, ohne dass hierbei die Annahme eines kontaktgebenden Ursprungsmediums wichtig oder möglich ist.“ (RAJEWSKY 2002, 13). Die Kategorie **Intermedialität** fungiert gleichzeitig als Oberbegriff für folgende Unterkategorien: **Medienwechsel**, **Medienkombination** und **intermediale Bezüge**. **Medienkombination** bezeichnet bei RAJEWSKY die punktuelle oder durchgehende Kombination mindestens zweier Medien, die vor allem im Rahmen der *interart studies* untersucht wird. **Medienwechsel** meint die Transformation eines medien-spezifisch fixierten Prätextes i.w.S. in ein anderes Medium bzw. semiotisches System, wobei sich nur letzteres als konkretes Medienprodukt materialisiert (wie z.B. bei Literaturverfilmungen). **Intermediale Bezüge** werden bei RAJEWSKY interpretiert als Verfahren der Bedeutungskonstitution eines medialen Produkts durch Bezugnahme auf ein anderes Medienprodukt bzw. semiotisches System. (vgl. RAJEWSKY 2002, 19). Die eben beschriebene Systematik der Begrifflichkeiten bietet einen besseren Zugang zum Phänomen der Intermedialität mit seinen unterschiedlichen Aspekten und Facetten als die meisten anderen Arbeiten zum Thema, denn RAJEWSKY bemüht sich konsequent um eine systematische Sicht und Vorgehensweise und bleibt nicht – wie viele andere – im Rahmen ihres konkreten fachlichen Erkenntnisinteresses stecken. Für den im vorliegenden Aufsatz interessierenden diskursanalytischen Fokus ist es

⁴ vgl. ebenda, 6 mit Referenz auf Umberto Eco

dennoch sinnvoll, ihren Ansatz, der aus der Literaturwissenschaft heraus entwickelt und spezifiziert worden ist, auf die vorliegende Fragestellung hin zu adaptieren und umzuinterpretieren. Daraus resultiert zunächst eine Vernachlässigung der Kategorien **Intramedialität** und **Medienkombination**, die nicht im Zentrum der vorliegenden Fragestellung stehen. Zielführend ist dagegen eine Scharfstellung und modifizierte Sicht der Kategorien **Intermedialität**, **Transmedialität** und **Medienwechsel**, die bei RAJEWSKY auf die gleiche Ebene nebeneinandergestellt sind. Es ist sinnvoll, den Begriff der **Intermedialität**, der zunächst auch bei RAJEWSKY als „Hyperonym für die Gesamtheit aller Mediengrenzen überschreitenden Phänomene“ (RAJEWSKY 2002, 12) interpretiert, später jedoch eingeschränkt wird als „Mediengrenzen überschreitende Phänomene, die mindestens zwei konventionell als distinkt wahrgenommene Medien involvieren“ (RAJEWSKY 2002, 13), als Hyperonym zu setzen und die Begriffe **Transmedialität**, **Medienwechsel** und **intermediale Bezüge** davon abzuleiten, was zu einer partiellen Uminterpretation der Begrifflichkeiten führt:

Intermedialität	
Gesamtheit aller Mediengrenzen überschreitenden Phänomene	
<p style="text-align: center;">Transmedialität</p> <ul style="list-style-type: none"> - medienunspezifische „Wanderphänomene“, z.B. Auftreten des gleichen Stoffs (Inhalts) in unterschiedlichen Medien oder Umsetzung einer bestimmten Ästhetik oder eines bestimmten Diskurstyps in unterschiedlichen Medien - Annahme eines kontaktgebenden Ursprungsmediums ist weder wichtig noch möglich <p style="text-align: center;">↓</p> <ul style="list-style-type: none"> - „Wanderung“ von Themen und Themensequenzen in Diskursen über Mediengrenzen hinweg (z.B. Print – Internet) - vernetztes „Wandern“ von Inhalten/Themen zwischen Medien 	<p style="text-align: center;">Medienwechsel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prozess der Transformation eines medien-spezifisch fixierten Texts i.w.S. in ein anderes Medium bzw. aus einem semiotischen System in ein anderes (z.B. Literatur - Film oder Print - Internet) - gerichteter Prozess von a nach b <p style="text-align: center;">↓</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beschreibung der Transformationsprozesse bei der Weitergabe der Themen und Themensequenzen von Medium zu Medium - Medienspezifität der Inhalte bei Medienwechsel
Intermediale Bezüge	
konkret wahrnehmbare Einzelphänomene, die Intermedialität herstellen	

Abbildung 1: Intermedialität. Adaption und Uminterpretation der Begrifflichkeiten⁵

Dieses Kategorienset eröffnet die Möglichkeit, das intermediale Zusammenspiel von Zeichensystemen und Texten bei der Konstitution

⁵ Uminterpretation der Begrifflichkeiten von RAJEWSKY (2002)

öffentlicher Themen in den Blick zu nehmen, Schnittstellen zwischen Internet-Kommunikation und gesellschaftlichen Kommunikationsprozessen zu untersuchen und dabei deutlich zu machen, inwieweit Internet-Kommunikation an gesellschaftliche Kommunikationsprozesse angeschlossen ist. **Transmedialität** stellt dabei das zentrale Phänomen dar, denn die Wanderung von Themen und Themensequenzen in Diskursen über Mediengrenzen hinweg, gleichsam die vernetzte Konstitution und Weiterverarbeitung von Inhalten und Themen, das Hin-und-her-Wandern von Inhalten zwischen Medien, ist der typische Fall der Manifestation und Karriere von Themen im öffentlichen Diskurs. Ein Sonderfall dieses Phänomens liegt vor, wenn die Transformationsprozesse bei der Weitergabe der Themen und Themensequenzen von Medium zu Medium festgestellt werden können, wenn also ein Ursprungsmedium und ein Zielmedium erkennbar sind. Dann kann von **Medienwechsel** gesprochen werden und es ist interessant, die Medienspezifika der Inhalte vor und während des Transformationsprozesses genauer zu analysieren. Alle konkret wahrnehmbaren Einzelphänomene, die Intermedialität herstellen, können als **intermediale Bezüge** beschrieben und systematisch dargestellt werden.

3. Weblogs im öffentlichen Diskurs

Mit Weblogs (soweit sie nicht in erster Linie die Funktion elektronischer persönlicher Tagebücher erfüllen) hat sich ein neues Media-Watch- und News-Format im Medienverbund etabliert, das – anders als traditionelle Kommunikationsformate im Internet wie Mail, Foren, Chats oder News Groups – an öffentliche Diskurse anschließt, Chancen zu „participatory media“ (BLOOD 2003) schafft, für die „soziale Rückeroberung des Netzes“ steht (EIGNER/LEITNER/NAUSNER/SCHNEIDER 2003), Grenzen zwischen individuellem und öffentlichem Handeln überschreitet und auf Grund seiner dynamischen Produktions- und Rezeptionsbedingungen eine neue Dimension der online-Kommunikation eröffnet. Weblogs entgrenzen traditionelle Diskurspraktiken, indem sie individuelles Handeln und soziale Strukturen von Öffentlichkeit in ihrer gegenseitigen Abhängigkeit transzendieren (vgl. BUCHER 2005). Sie schaffen erstmals wirklich die Chance zur Transformation vom passiven Publikum zur aktiv partizipierenden

Öffentlichkeit, von passiven Konsumenten zu aktiven Akteuren, die Einfluss auf öffentliche Kommunikationsprozesse nehmen können. Sie schließen an Themen öffentlicher Diskurse an und bringen Themen in diese ein, ohne an institutionalisierte Praxen des massenmedialen Diskurses gebunden zu sein und ohne, dass deren Betreiber als dort nicht etablierte Akteure ausgegrenzt werden könnten. Weblogs tragen so zur Etablierung einer neuen Qualität von Medienkompetenz bei, die sich über individuelle Medienbeobachtung und Meinungsäußerung im öffentlichen Raum manifestiert. Damit greifen sie genau dort, wo NEIDHARDT (1994) und PETERS (1994) die größten Defizite des Öffentlichkeitssystems sehen: Sie erhöhen die Partizipation und Kompetenz des Publikums, ermöglichen eine vielfältigere Darstellung der unterschiedlichen Perspektiven und stellen Artikulationschancen für alle bereit. Auf Defizite, die damit verbunden sind, wird später noch einzugehen sein.

Die Weblogszene hat sich inzwischen sehr ausdifferenziert, unterschiedliche kommunikative Funktionen übernommen und unterschiedliche Domänen besetzt: Alltag, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Neben den politischen **Weblogs im öffentlichen Diskurs**, die im vorliegenden Aufsatz interessieren, existiert weltweit eine unüberschaubar große Menge von **online-Tagebüchern**, die private Interessen, Ansichten, Anekdoten, Erlebnisse usw. publizieren und über Text und Bild Alltag dokumentieren. Darüber hinaus werden Weblogs inzwischen auch kommerziell von Firmen zur Kundenbindung, Werbung und Imagearbeit oder auch als branchenspezifische Informationsportale eingesetzt (**Firmen-Blogs**) und Wissenschaftler-Communities nutzen **Research-Blogs**, um sich in der Forschung besser zu vernetzen. Auch die politisch orientierten Blogs verfolgen z.T. unterschiedliche Ziele: Dokumentation, Information, Beobachtung und Kritik etablierter Medien, aber auch Imagearbeit und Werbung für politische Ziele. In Anlehnung an diese unterschiedlichen Ausrichtungen und Funktionen haben sich eine Reihe von Benennungen herausgebildet, die allerdings nicht systematisch aufeinander Bezug nehmen, unterschiedlichen Benennungsmotiven folgen und z.T. auf unterschiedlichen Ebenen liegen: **Watch-Blogs** (kritische Beobachtung etablierter Medien oder auch einzelner Journalisten), **Warblogs** (authentische Kriegsberichterstattung, die vor allem im Zusammenhang mit dem Irakkrieg 2004 eine große Rolle gespielt hat), **Medien-Blogs** (Thematisierung der Abgrenzung zu privaten Tagebüchern

oder kommerziellen Plattformen, Format der Medien-Beobachtung und – filterung, oft von Journalisten selbst betrieben), **Pundit-Blogs**⁶ (Watch-Blogs mit einem ausgeprägten Enthüllungs- und Überwachungsanspruch), **Politiker-Blogs** (image- und werbeorientierte Blogs, die von politischen Akteuren betrieben werden, z.B. das Weblog von Howard Dean, dem ehemaligen Präsidentschaftskandidaten der demokratischen Partei der USA, der über seinen *Blog for America* mit seinem Wahlkampf große Anerkennung fand und das Format virtuos für seine Ziele einzusetzen wusste).

Vor allem die sogenannten **Pundit-Blogs** haben in Amerika immer wieder für Aufsehen gesorgt, politische Skandale verursacht und durch spektakuläre Aufklärungsfälle Argumente für die Relevanz der Blogs im amerikanischen Mediensystem geliefert. Pundit-Blogger verstehen sich selbst als Experten für bestimmte Themen oder auch als globale Beobachter und Kritiker von Medien und Politik und sehen ihre Blogs dementsprechend als eine Form von Nachrichten-Blogs: “A blog ... focused on news punditry. The bulk of a pundit blogs' content will be dissection of, or pointers to, stories currently running in the established media. Pundit blogs are largely the same thing as News blogs.”⁷ Pundit-Blogger decken Falschmeldungen und falsche Quellenangaben auf, stellen ausgewählten Artikeln aus etablierten Medien Gegenmaterial gegenüber und bearbeiten Themen, die in den traditionellen Medien wenig Beachtung finden. Immer wieder machen spektakuläre Blogger-Erfolgsgeschichten wie die **Jason-Blair**- oder die **Trent-Lott-Affäre** die Runde. Im Falle von **Jason Blair** ist im Sommer 2003 von Bloggern entdeckt worden, dass der Starreporter der New York Times Artikel frei erfunden hat. Dieser Fall und im Zusammenhang damit übliche journalistische Praktiken wurden in Blogs wochenlang öffentlich debattiert, so dass

⁶ Der Ausdruck *pundit* heißt im Indischen *Gelehrter*, *Weiser* und wird oft auch als Ehrentitel verwendet. Ins Englische wurde der Ausdruck mit der Bedeutung *Experte*, *Sachkundiger*, pejorativ auch *autoritärer Kritiker* übernommen: „One who gives opinions in an authoritative manner.” (<http://www.m-w.com/cgi-bin/dictionary?book=Dictionary&va=pundit> , 22.02.2005)

⁷ http://www.samizdata.net/blog/glossary_archives/001976.html , 22.02.2005

schließlich der Chefredakteur der New York Times, Howell Raines, zurücktreten musste.⁸ Auch die **Trent-Lott-Affäre** endete mit einem Rücktritt, an dem die Blogger-Szene maßgeblich beteiligt gewesen ist. Die rassistischen Ausfälle, die der führende amerikanische Politiker Trent Lott auf einer Festveranstaltung im amerikanischen Senat am 5. Dezember 2002 geäußert hatte, wurden von den meisten Medien übergangen. Blogger waren jedoch darauf aufmerksam geworden. Bereits einen Tag nach dem Vorfall nahmen die Blogger Atrios und Joshua Marshall⁹ das Thema unabhängig voneinander auf und kritisierten sowohl Trent Lott wegen seiner Äußerungen als auch die großen Medien wegen ihrer Ignoranz in dieser Angelegenheit. In den folgenden Tagen wurde immer mehr Material zu Lotts Vergangenheit zusammengetragen und veröffentlicht, u.a. seine Nähe zum KuKluxKlan. Andere Blogger stiegen auf das Thema ein und verfolgten es beharrlich, darunter Andrew Sullivan,¹⁰ der am 8. Dezember schreibt: "Trent Lott must go."¹¹ Die immer lauter werdenden Forderungen aus der Blogosphäre, Lott solle sein Amt abgeben, führten schließlich dazu, dass die Presse das Thema um den 10. Dezember wieder aufnahm:

Why So Late on Lott? Trent Lott must go! That, at least, is the consensus of online pundits. What, you weren't aware that the Senate majority leader was in hot water for appearing to embrace the segregationist cause? Perhaps that's

⁸ vgl. Carr, David (2003),
<http://www.samizdata.net/blog/archives/003626.html> , 22.02.2005

⁹ http://www.talkingpointsmemo.com/archives/week_2002_12_01.php,
 22.02.2005.

¹⁰ Andrew Sullivan ist einer der führenden und meistgelesenen amerikanischen Blogger (andrewsullivan.com), der als Journalist gleichzeitig für etablierte Zeitungen schreibt (u.a. für TIME magazine und Sunday Times of London).

¹¹ http://andrewsullivan.com/index.php?dish_inc=archives/2002_12_08_dish_archive.html , 22.02.2005

because, until this morning, most major newspapers hadn't done squat on the story.¹²

Eine Woge der Entrüstung brach los und die zahlreichen nun veröffentlichten Entschuldigungen von Trent Lott konnten nicht mehr verhindern, dass er am 20. Dezember zurücktreten musste. Diese Affären zeigen, dass Journalisten Weblogs im Kontext von Krisen – ebenso wie in Katastrophensituationen – inzwischen als Informationsquelle nutzen und Blogger auch in ihren Artikeln zitieren, wenn sie deren Veröffentlichungen für glaubwürdig und sachdienlich halten. Es wird jedoch ebenso deutlich, dass reale Effekte in der Öffentlichkeit erst im Zusammenspiel der Medien erzielt werden und nicht von Bloggern allein, die zwar als Verstärker von Meinungen und z.T. auch als Themengeber fungieren, auf eine Reaktion der etablierten Massenmedien jedoch angewiesen sind, wenn es um politische Veränderungen geht. Blogs verändern die Strukturmerkmale der Öffentlichkeit, indem sie neue Zugänge schaffen, Relevanzstrukturen verschieben und weiterführende, vertiefende, alternative oder aktuellere Informationen und Bilder zur Verfügung stellen. “‘Watchblogs’ put the political press under the microscope”¹³ und so müssen sich Politik und Medien einer neuen Situation stellen. Sie werden von Bloggern beobachtet, öffentlich kommentiert und kritisiert.

You write the story. Your editor checks it. Your copy editor checks it. The story runs. Then your ‘watcher’ reads it and writes a scathing critique on her Weblog. Welcome to the new workflow for prominent political reporters, as citizen bloggers and the Columbia Journalism Review’s Campaign Desk Weblog have created another layer of oversight for the Fourth Estate.¹⁴

Manche Blogs spezialisieren ihre Beobachtung und Kritik auf einzelne Medien (in Amerika z.B. *Biased-BBC*)¹⁵ oder auch auf einzelne Journalisten

¹² Howard Kurtz, Washington Post Staff Writer Tuesday, December 10, 2002: <http://www.washingtonpost.com/ac2/wp-dyn?pagename=article&contentId=A34186-2002Dec10¬Found=true> , 22.02.2005

¹³ Glaser, Mark 2004 im Online Journalism Review der Annenberg School of Communication, <http://ojr.org/ojr/glaser/1076465317.php> , 22.02.2005

¹⁴ ebd.

¹⁵ <http://biased-bbc.blogspot.com> , 22.02.2005

und deren Berichterstattung (*adopt a journalist*¹⁶), was besonders im letzten amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf praktiziert wurde¹⁷, zuweilen wegen unsachlicher Angriffe und Kampagnen absurde Blüten trieb und von Medienbeobachtern und Wissenschaftlern kritisch gesehen wird.¹⁸

Während sich im amerikanischen Mediensystem Weblogs bereits als ernst zu nehmendes neues Format etabliert haben und zunehmend rezipiert werden, war deren Relevanz in Deutschland bisher eher umstritten. Laut der aktuellen Studie des Pew Internet & American Life Project¹⁹ geben Ende 2004 bereits 32 Millionen Amerikaner, also 27% der amerikanischen Internet-User an Blogs zu lesen. 9% davon lesen oft oder manchmal politische Blogs.²⁰ In Deutschland wird ein Anwachsen der Relevanz von Blogs erst in jüngster Zeit registriert und in etablierten Medien ernsthafter thematisiert. Auch im deutschsprachigen Raum setzen sich inzwischen Blogs, die Medien beobachten und filtern, allmählich durch (z.B. BILDblog,²¹ Medienrauschen,²²

¹⁶ vgl. Jay Rosen, chairman of New York University's Department of Journalism in: http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/01/10/reporter_adopt.html , 22.02.2005

¹⁷ vgl. dazu bspw. <http://wilgorenwatch.blogspot.com> ; <http://www.campaigndesk.org> ; <http://www.charen-watch.com> , 22.02.2005

¹⁸ vgl. Jay Rosen in Glaser, Mark (2004): <http://ojr.org/ojr/glaser/1076465317.php> , 22.02.2005.

¹⁹ http://www.pewinternet.org/pdfs/Internet_Status_2005.pdf, 23.04.2005: "The Pew Internet & American Life Project studies the social impact of the internet. The Project examines the way that people's internet use affects their families, communities, health care, education, civic and political life, and workplaces."

²⁰ http://www.pewinternet.org/pdfs/Internet_Status_2005.pdf, 23.04.2005, S. 65. Bezogen hatte sich die Frage der Studie auf den Zeitraum Februar bis November 2004, in den auch die amerikanische Präsidentschaftswahl fiel.

²¹ <http://www.bildblog.de/>, 23.04.2005: „Notizen über eine große deutsche Boulevardzeitung ... Was heute in der ‚Bild‘-Zeitung steht, steht morgen

die Mediaschau,²³ der Jonet Medienblog²⁴ oder Metablocker²⁵) und Blogs, die politische Ereignisse kommentieren und weiterführende Informationen verlinken, werden zunehmend als ernst zu nehmendes News-Format wahrgenommen (z.B. Schockwellenreiter²⁶). Die viel diskutierte Frage, ob Bloggen Journalismus ist und ob Blogs traditionelle Massenmedien verdrängen werden, verstellt den Blick auf die wirklich interessanten Aspekte der neuen Entwicklungen: „Bloggers vs. Journalists is over“.²⁷ Die Tsunami-Katastrophe am Jahresende 2004 hat dieser Diskussion quasi mit faktischer Macht ein Ende gesetzt, denn hier haben sich die Stärken und Schwächen des „Journalismus von unten“ mit aller Deutlichkeit gezeigt: Die Fülle und weltweit freie Verfügbarkeit aktueller und authentischer Informationen (Texte, Bilder, Videos) aus den Krisengebieten, die schnelle Organisation von Such- und Hilfsaktionen oder die Veröffentlichung von Vermisstenlisten stehen für die Leistungsfähigkeit des neuen Formats. Die Schwäche zeigt sich im Glaubwürdigkeitsproblem und im *information overload*, denn eine Strukturierung, Systematik, Wichtung, Rezeptionshilfen und Unterstützung bei der Bedeutungszuschreibung und -konstitution – also klassische Leistungen von Redaktionen und Medieninstitutionen – werden mit dem neuen Format kaum zur Verfügung gestellt. ROSEN schreibt:

The disciplines of traditional media – space, deadlines, the need to have a headline and an intro and a cohesive story rather than random paragraphs, the use of layout or running order to give some sense of shape and priority to the

überall. Vielleicht sollte man sich also mal genauer anschauen, was sie schreibt. Die kleinen Merkwürdigkeiten und das große Schlimme“.

²² <http://www.medienrauschen.de/>, 23.04.2005

²³ <http://www.mediaschau.net/>, 23.04.2005

²⁴ <http://www.jonet.org/showlog.php>, 23.04.2005

²⁵ <http://www.politik-digital.de/metablocker/>, 23.04.2004

²⁶ <http://www.schockwellenreiter.de/>, 23.04.2004

²⁷ Vgl. auch Rosen, Jay: Bloggers vs. Journalists is over.

In: http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2005/01/21/berk_essay.html, 17.02.2005

news – aren't just awkward restrictions. They add meaning. They help understanding. Without them, it's much, much harder to make sense of what's happening in the world.²⁸

Die fehlende Setzung von Relevanz und das Fehlen von Bedeutungskonstitutions- und Interpretationshilfen wird durch zwei Phänomene relativiert. Zum einen stellen Portale und Suchmaschinen speziell für Blogs Systematisierungsfunktionen zur Verfügung:

In diesem Zusammenhang kommen Weblog-Indizes wie beispielsweise den Angeboten blogdex.net, daypop.com oder blogstreet.com eine wichtige Rolle zu: Als reflexive Maßnahmen bieten diese Einstiegsportale Orientierungshilfen, indem sie quantitative Daten zur Kommunikationsstruktur der Blogosphäre generieren. Daypop.com beispielsweise stellt aus einer Grundgesamtheit von 35 000 Onlinenageboten – Nachrichtenangebote und Weblogs – drei Top-40-Linklisten mit täglicher Aktualisierung zusammen: die in Weblogs am meisten zitierten Internetseiten, die am meisten zitierten Nachrichtenseiten und die am meisten verwendeten Begriffe. Durch eine entsprechende optische Aufbereitung, die auch die Veränderungen im Ranking zeigt, übernimmt dieses Meta-Angebot journalistische Selektions- und Transparenzfunktionen auf mehreren Ebenen: Es werden relevante Links herausgefiltert, die Links werden hierarchisiert, Verbindungen zu den klassischen Medien werden hergestellt, Einstiegspunkte in die Netzstruktur der Weblogs werden angeboten, die Dynamik der Weblog-Kommunikation wird visualisiert und die themische Struktur der Onlinediskurse wird offengelegt.²⁹

Zum anderen bilden sich – gleichsam als Phänomen der dritten Art, unintendiert aber unvermeidbar – Relevanzstrukturen heraus, die CLAY SHIRKY als **Power Law** bezeichnet.³⁰ Aufmerksamkeitsökonomie und Selektionsmechanismen indizieren die Etablierung sogenannter **A-List-Blogs**

²⁸ ebd., S. 8

²⁹ Bucher (2005), S. 209/210

³⁰ Shirky, Clay (2003),
http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html, 05.11.2004

oder auch **Power-Blogs**, eine überschaubare Spitzengruppe, die sich durch eine hohe Nutzungsfrequenz, also hohen *Traffic*, auszeichnet, am meisten verlinkt wird, Themen setzt, von den Usern offensichtlich als glaubwürdig und zuverlässig eingestuft wird und auf diese Weise Einfluss auf Diskursströme gewinnt. Dieses Phänomen widerlegt ein weiteres Mal die etwas naive Vorstellung vom enthierarchisierten und machtfreien Kommunikationsraum Internet. SHIRKY, selbst ein A-List-Blogger, stellt fest, dass sich durch die steigende Diversifikation von Teilöffentlichkeiten, die unterschiedliche Interessen und Meinungen vertreten, keineswegs ein gleichwertiges System ergibt, in dem diese Teilöffentlichkeiten nebeneinander bestehen. Vielmehr entsteht durch einen natürlichen Verlauf (eben ein Phänomen der dritten Art) eine Art Ordnung, die einen Großteil der Aufmerksamkeit, die in diesem Fall als *Traffic* übersetzt werden kann, auf eine überschaubare Zahl von Weblogs lenkt. „Diversity plus freedom of choice creates inequality, and the greater the diversity, the more extreme the inequality.“³¹ Da sich diese Entwicklung auf natürliche Weise aufgrund von Präferenzen der User vollzieht, ist sie weder unfair noch undemokratisch:

Note that this model is absolutely mute as to why one blog might be preferred over another. Perhaps some writing is simply better than average (a preference for quality), perhaps people want the recommendations of others (a preference for marketing), perhaps there is value in reading the same blogs as your friends (a preference for ‘solidarity goods’, things best enjoyed by a group). It could be all three, or some other effect entirely, and it could be different for different readers and different writers. What matters is that any tendency towards agreement in diverse and free systems, however small and for whatever reason, can create power law distributions.³²

Je mehr die Zahl der Blogs und damit auch deren Ausdifferenzierung steigt, umso mehr verstärkt sich das Power Law System. SHIRKY geht sogar so weit, Power Blogs hinsichtlich ihrer Diskursmacht mit etablierten Massenmedien zu vergleichen, während die größte Zahl der Weblogs, die sich sozusagen am anderen Ende der Aufmerksamkeitskala bewegen, über eine

³¹ Shirky, Clay (2003),
http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html, 05.11.2004

³² ebd.

auf kleine Interessentenkreise beschränkte Rezeption und Wirkung nicht hinauskommen werden.

Inequality occurs in large and unconstrained social systems for the same reasons stop-and-go traffic occurs on busy roads, not because it is anyone's goal, but because it is a reliable property that emerges from the normal functioning of the system. The relatively egalitarian distribution of readers in the early years had nothing to do with the nature of weblogs or bloggers. There just weren't enough blogs to have really unequal distributions. Now there are.³³

4. Ein Beispiel: Intermedialität im Diskurs um die Marsmissionen der NASA und ESA

4.1 Diskurs und Korpus

Um intermediale Strukturen zwischen Printzeitungen und Weblogs zeigen zu können, wurde ein Beispiel aus dem „Diskursalltag“ ausgewählt. Das heißt, es soll nicht dargestellt werden, wie Weblogs in Zeiten von Krisen, Katastrophen oder Kriegen als authentische und hochgradig aktuelle Quellen in den öffentlichen Diskurs eingebunden sind, was nach Irakkrieg und Tsunami-Katastrophe in Asien nicht mehr ernsthaft angezweifelt werden kann. Vielmehr geht es darum, dass diese Einbindung zunehmend im Rahmen alltäglicher Nachrichtenströme vor sich geht. Der Diskurs um die Missionen der Marssonden von ESA und NASA 2003/2004 ist ein gutes Beispiel hierfür. Er betrifft Ereignisse, die über einen begrenzten Zeitraum hinweg von öffentlichem Interesse waren und in den Medien weltweit ausführlich behandelt wurden. Die meisten Originalinformationen dazu, die von den unterschiedlichen Medien aufgegriffen und verbreitet wurden, stammten aus Verlautbarungen der Raumfahrtorganisationen ESA und NASA. Der Diskursanlass war die jeweils letzte Phase der Missionen der Marssonden der

³³ ebd.

ESA und der NASA im Dezember 2003 und im Januar 2004, wobei die Mission der ESA scheiterte und die Mission der NASA erfolgreich war. Der Erfolg der NASA-Mission führte dazu, dass Bush mit einer Rede zur Weltraumpolitik der USA dem Diskurs einen politischen Aspekt verlieh. Der Diskurs um die beiden Marsmissionen kulminierte im Zeitraum vom 19. Dezember 2003 bis zum 23. Januar 2004. In diesem Zeitraum wurden in den Printmedien fast täglich Beiträge zum Thema veröffentlicht, auf diversen Internetseiten und in Weblogs wurden neue Informationen oftmals im Abstand von wenigen Stunden eingestellt. Im Rahmen dieser Zeitspanne lassen sich drei Diskursstränge identifizieren, die jeweils Subthemen des Diskurses darstellen. Im Verlauf des Diskurses löst das erste Subthema das zweite ab, während das dritte sich mit dem zweiten zum Teil überlappt:

1. die Marsmission der ESA (19. Dezember 2003 bis 3. Januar 2004)
2. die Marsmission der NASA (3. Januar bis 23. Januar 2004)
3. die Rede von GEORGE W. BUSH zum neuen Programm der USA-Raumfahrtforschung samt Kommentaren im Vor- und Nachfeld (9. Januar bis 23. Januar 2004)

Der Diskurs um die Marsmissionen hat zunächst eine vorwiegend wissenschaftliche Ausrichtung, die in seiner 3. Phase jedoch durch politische Aspekte überlagert wird.

Da es hier um die exemplarische Darstellung von Intermedialität zwischen Printzeitungen und Weblogs, also um ein stark eingeschränktes Analysedesign, und weder um eine quantitative Medienanalyse noch um eine umfassende Darstellung des Diskurses zu den Marsmissionen geht, wurden nur sehr kleine Stichproben für das Analysekorpus gezogen. Folgende Zeitungen, die intensiv über die Marsmissionen berichtet haben, wurden im oben genannten Zeitraum beobachtet:

- *Frankfurter Allgemeine Zeitung*
- *Neues Deutschland*
- *The Times* (Großbritannien)
- *International Herald Tribune* (USA)

Folgende Weblogs, die sich in den Diskurs eingeschaltet haben, wurden einbezogen:

- *WDR-Weblog Raumfahrt Ticker* (Deutschland)³⁴
- *Mainly Martian* (USA)³⁵
- *2020 Hindsight* (USA)³⁶
- *Das Netzbuch* (Deutschland)³⁷
- *generation neXt* (Deutschland)³⁸
- *PlasticThinking* (Deutschland)³⁹

Raumfahrt Ticker ist ein Weblog, das der Westdeutsche Rundfunk im Dezember 2003 anlässlich der Marsmissionen eigens zum Thema Mars eröffnet hat. Das Weblog *Mainly Martian* wird von einem amerikanischen Mars-Experten, dem Fachjournalisten Oliver Morton geführt, der ein Buch über den Mars veröffentlicht hat⁴⁰ und regelmäßig für Newsweek, National Geographic und andere Zeitschriften über den Mars und die Marsforschung schreibt. Das Weblog wurde von ihm im Dezember 2003 speziell für die Marsmissionen angelegt. Dem professionellen Autor und Journalisten Morton geht es dabei vor allem um die Freiheiten, die das Schreiben eines Weblogs im Vergleich zum Publizieren bei Verlagen bieten: "It's a way to say what I want about what's going on without professional obligation to someone else's schedule, or to anyone else's criteria about what sort of stories need to be

³⁴ <http://www02.wdr.de/teleskop/categories/mars/>, 23.04.2005

³⁵ <http://mainlymartian.blogs.com/semijournal>, 23.04.2005

³⁶ <http://www.2020hindsight.org/>, 23.04.2005

³⁷ <http://www.das-netzbuch.de/>, 23.04.2005

³⁸ <http://www.x-ploration.de/>, 23.04.2005

³⁹ <http://weblog.plasticthinking.org/>, 23.04.2005

⁴⁰ MORTON, OLIVER (2002): *Mapping Mars: Science, Imagination and the Birth of a World*. London: Fourth Estate.

written“.⁴¹ Das Weblog *2020 Hindsight* wird von der amerikanischen 3-D-Illustratorin und Grafik-Designerin Susan Kitchens geschrieben, die in der heißen Phase der Marsmissionen unter anderem von NASA-Konferenzen in Pasadena, dem Stützpunkt der NASA, berichtet. Sie schreibt professionell zum Thema, obwohl sie nicht als Mars-Expertin gelten kann. Das Netzbuch, *generation neXt* und *PlasticThinking* sind deutsche Weblogs, die sich vor allem mit Themen aus dem Internet (Webdesign, Weblogs und Internetnutzung) beschäftigen, anlässlich der Marsmissionen jedoch punktuell die Ereignisse kommentiert haben. Diese Weblogs sind tagebuchartig geschrieben, präsentieren persönliche Erlebnisse und kommentieren das allgemeine Weltgeschehen.

4.2 Diskurseinbindung der Zeitungen und Weblogs

Die Ereignisse der letzten Phase der Marsmissionen⁴² werden in den Zeitungen und Weblogs gleichermaßen kontinuierlich thematisiert. Abbildung

⁴¹ <http://mainlymartian.blogs.com/semijournal>, 23.04.2005:
Eintrag vom 19.12.2003, „New Writer starts here“

⁴² **19. Dezember 2003:** Der Marsroboter der ESA *Beagle 2* koppelt sich von seinem Mutterschiff *Mars Express* ab; **24. Dezember 2003:** *Beagle 2* dringt in die Mars-Atmosphäre ein. Ab dem 24. Dezember startet die ESA in regelmäßigen Zeitabständen Kontaktversuche zu *Beagle 2*, die jedoch allesamt misslingen; **4. Januar 2004:** *Spirit*, einer der beiden amerikanischen Marsroboter, dringt in die Marsoberfläche ein und setzt um 5:35 MEZ auf der Marsoberfläche auf. Wenige Minuten später kann Kontakt hergestellt werden. Drei Stunden später werden die ersten Schwarz-Weiß-Bilder von *Spirit* übermittelt; **5. Januar 2004:** *Spirit* sendet erste farbige Panoramabilder an die Erde; **9. Januar 2004:** Der amerikanische Präsidentensprecher Scott McClellan gibt Journalisten bekannt, George W. Bush werde in der Folgewoche eine Rede halten, in der ein Überblick über das amerikanische Raumfahrtprogramm und zukünftige Ziele gegeben werde. Als Ziele werden unter anderem die Errichtung einer dauerhaft bewohnten Station auf dem Mond und der bemannte Flug zum Mars genannt; **14. Januar 2004:** Bush hält seine angekündigte Rede im NASA-Hauptquartier in Washington; **15. Januar**

2 stellt dar, welche der Zeitungen und Weblogs wann im Untersuchungszeitraum Texte zum Thema Marsmissionen und Mars veröffentlicht haben. Sowohl bei den Zeitungen als auch in den Weblogs zeigt sich eine relativ kontinuierliche Berichterstattung. Die drei Weblogs Das Netzbuch, *plasticthinking* und *generation neXt* liefern nur punktuelle Einträge, da sie sich nicht hauptsächlich mit dem Thema Mars beschäftigen.



Abbildung 2: Artikel in Zeitungen und Weblogs.

Wie sich die drei Diskursstränge (Marsmission ESA, Marsmission NASA und Bush-Rede mit Kommentaren) in den einzelnen Zeitungen und Weblogs darstellen, ist aus den Abbildungen 3 und 4 ersichtlich.⁴³

2004: Der Marsroboter *Spirit* bewegt sich von seiner Landeplattform weg und rollt die ersten Meter auf der Marsoberfläche; **16. Januar 2004:** Die NASA bestätigt, dass im Zuge der neuen strategischen Ausrichtung der NASA das *Hubble*-Teleskop nicht weiter instand gehalten werden kann.

⁴³ Einige Artikel referieren auf mehr als einen der Diskursstränge, diese sind demjenigen Thema zugeordnet, das im jeweiligen Artikel das Hauptthema

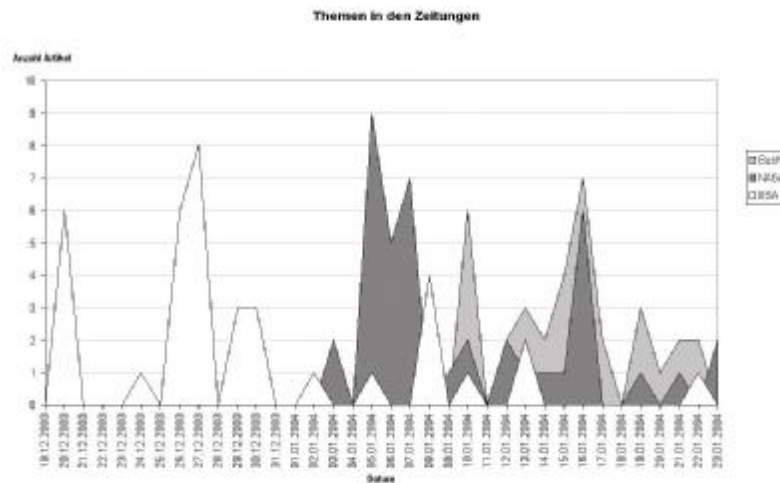


Abbildung 3: Themen in den Zeitungen

Vom 23. Dezember 2003 bis zum 3. Januar 2004 konzentrieren sich die **Zeitungen** auf den Mars Express und *Beagle 2* (das Mutterschiff und den Marsroboter der ESA), am 4. Januar wechselt die thematische Präferenz zum Marsrover *Spirit* (dem Marsroboter der NASA). Am 9. Januar 2004 tritt die angekündigte Bush-Rede zum neuen Programm für die Raumforschung der USA in den Vordergrund der Berichterstattung.

Abbildung 3 zeigt die Bearbeitung der Subthemen in den **Weblogs**. Hier ist zu beachten, dass auf Grund der Publikationsdichte und -frequenz von Weblogs an einigen Tagen pro Weblog bis zu 55 Artikel zu einem Subthema geschrieben wurden, was die aktuelle Bedeutung des Themas recht gut widerspiegelt. Um die Kurve nicht zu verzerren, wurde eine Maximalgrenze von 14 Artikeln gesetzt.

konstituiert. Einige Artikel sind keinem Thema zuzuordnen, diese wurden bei den Abbildungen nicht berücksichtigt.

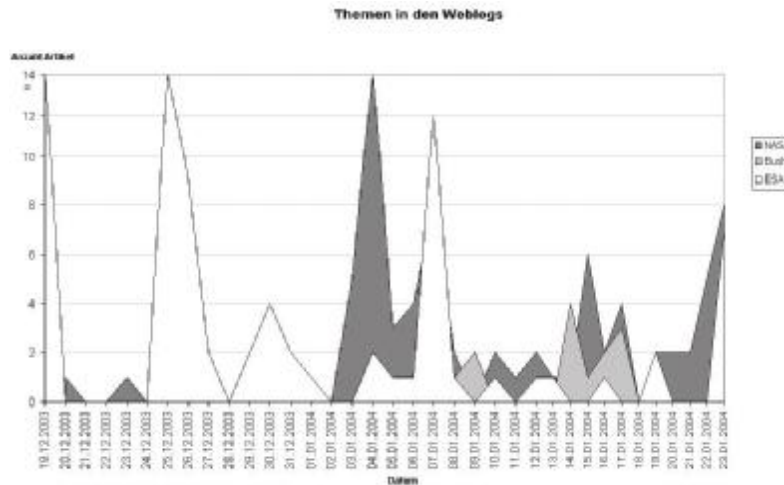


Abbildung 4: Themen in den Weblogs

Beim Vergleich der Schemata fällt zunächst die relativ gleichmäßige Verteilung der Themen-Bearbeitung in den Zeitungen und Weblogs auf. Hier wird deutlich, in welchem Maße sowohl Zeitungen als auch Weblogs auf aktuelle Themen reagieren und gleichsam im Medienverbund bearbeiten. Bei genauerem Hinschauen werden zwei Besonderheiten der Weblogs deutlich: Zum einen schlagen die Frequenz-Werte an den ereignisreichen Tagen und damit den Kulminationspunkten des Diskurses (zum Beispiel am 25. Dezember, als *Beagle 2* zum Mars gesendet wird) bei den Weblogs höher aus als bei den Zeitungen. Dies hängt zusammen mit der extremen Aktualität von Weblogs im Allgemeinen und mit der live-Ticker-artigen Berichterstattung einiger Weblogs im Besonderen. Zum anderen fällt auf, dass die Kurvenhöhen bei den Weblogs meist einen oder zwei Tage früher notiert sind. Im Internet veröffentlichte Informationen können im Gegensatz zu Meldungen in Printmedien minutenaktuell veröffentlicht und geändert werden. Themensequenzen beginnen in Weblogs in der Regel ein bis zwei Tage früher. Dabei sind z.T. live-Ticker-artige Artikelfolgen festzustellen, in denen im Minutentakt kurze Sätze ein aktuelles Geschehen beschreiben. Auch hier zeigt sich die höhere Aktualität von Internetmedien (in den Printzeitungen

erscheinen die Nachrichten erst am Folgetag, bei der Entsendung von *Beagle 2* sogar noch später, da an den Weihnachtsfeiertagen keine Zeitungen erschienen sind).

4.2 Intermedialität

Im Folgenden sollen exemplarisch intermediale Bezüge gezeigt werden, die von den untersuchten Printzeitungen und Weblogs im Rahmen des untersuchten Diskurses ausgehen. Zunächst fällt auf, dass sowohl die Print- als auch die Onlinemedien das Diskursthema **Marsmissionen** an ein allgemein vorausgesetztes Interesse der Rezipienten für Weltraum- und Science-Fiction-Themen anbinden. Es finden sich zahlreiche intermediale Verweise auf Literatur, Film und Musik. Z.B. wird am 6. Januar in der *Times* erläutert, woher der Name des Kraters *Sleepy Hollow* stammt, in dessen Nähe *Spirit* gelandet war.⁴⁴ Auf diese Weise wird vor allem in den Zeitungen das zunächst eher wissenschaftlich konstituierte Thema für die Leser popularisiert und aufgelockert. Sowohl in den Zeitungen als auch in den Weblogs sind diese Verweise auf Literatur, Film oder Musik meist explizit (der Name des Werks wird genannt, manchmal auch eine Bezugsquelle angegeben). Seltener wird von den Zeitungen auf das Internet verwiesen, und dann in der Regel auf das eigene Internetangebot, also den Webauftritt der jeweiligen Zeitung, wo weiterführende Zusatzinformationen zusammengestellt sind, die das Format der Printzeitung überlastet hätten. Weitere Verweise auf Internet-Quellen werden gegeben, wenn Informationen von den Websites der NASA und der ESA verwendet werden (Presstexte, Bilder, Zusatzinformationen). Am häufigsten wird dabei auf die Startseiten der NASA (<http://int.nasa.org>) und der ESA (<http://www.esa.int>) verwiesen, die auch diverse Bildergalerien

⁴⁴ vgl. THE TIMES, 06.01.2004, S. 9: Abschnitt "Fiction's ghostly echo" im Artikel „Mars rover heads for Sleepy Hollow on its first drive“: Hier wird erläutert, dass die Bezeichnung *Sleepy Hollow* auf eine amerikanische Kurzgeschichte von Washington Irving (1783-1859) zurückgeht, die 1820 erschienen ist und deren Motive seither mehrfach literarisch und filmisch aufgegriffen worden sind, zuletzt 1999 im bekannten gleichnamigen Film von Tim Burton.

enthalten, und auf die offizielle Homepage von Beagle 2 (<http://www.beagle2.com>). Anders als in Krisen- und Katastrophenzeiten, in denen Blogger als authentische Berichterstatter vor Ort auch von klassischen Massenmedien zitiert und als Quellen für Texte, Bilder oder Videos angegeben werden, ist im Diskurs zu den Marsmissionen nur ein einziges Mal vom Printmedium auf ein Weblog verwiesen worden, allerdings hier nicht wegen der Aktualität oder Authentizität der Quelle, sondern wegen ihrer Solidität als Hintergrundinformation: Am 14. Januar 2004 verweist die *FAZ* auf „die methodisch und didaktisch beste Anti-Verschwörungstheorie-Website“⁴⁵ (<http://www.badastronomy.com>), auf der verschiedene Verschwörungstheorien unter anderem zu Mond- und Marslandungen diskutiert und entkräftet werden. Hier bestätigt das Internet sein Image als Plattform für Gegendiskurse ebenso wie als Plattform, die diese in Frage stellt.

Im Gegensatz zu den Zeitungen leben Weblogs von ihrer hohen Dichte an Verlinkung. Ihre extreme Vernetzung mit anderen Weblogs und mit anderen Websites unterschiedlicher Art macht einen Teil ihres Reizes und ihres Mehrwerts gegenüber klassischen Kommunikationsformaten aus. Die Quellen der auf Weblogs bereitgestellten Informationen können über die Links schnell und unkompliziert überprüft werden. Verwiesen wird erstens auf webloginterne Seiten (intertextuell innerhalb des eigenen Angebots), zweitens auf andere Weblogs (intramedial), drittens auf andere Formate im Medienverbund innerhalb des Internet, z.B. Live-Streaming-Übertragungen und das Bildmaterial der geglückten NASA-Mission, oder Bildergalerien zum Thema Mars (intramedial), und viertens auf andere Formate im Medienverbund außerhalb des Internet, im vorliegenden Falle auf Printmedien, Fernseh- und Radiosendungen (intermedial). Hier wird dann über Hyperlink eine Verbindung zum Onlineauftritt der jeweiligen Zeitung oder des jeweiligen Senders hergestellt und – wenn vorhanden – auf die online verfügbare Fassung des genannten Beitrags verwiesen. Diese Art Intermedialität kann im Extremfall so weit führen, dass professionelle Schreiber in ihren Weblogs die Originalfassung eines eigenen Beitrags und

⁴⁵ *FAZ* 14.01.2004, S. 9. “Der Autor (des Weblogs Phil Plait) unterzieht sich der aufklärerischen Mühe, jeden einzelnen ‘Beweis’ für die ‘Fälschungen’ der Mondlandungen zu zerpfücken ...“

die von der Zeitungsredaktion gekürzte Fassung gegenüberstellen. Im untersuchten Diskurs findet sich hier das Beispiel des amerikanischen Journalisten Oliver Morton, der das Weblog *Mainly Martian* betreibt. Am 12. Januar 2004 schreibt Morton in seinem Weblog über Zustandekommen und Hintergründe eines von ihm verfassten Artikels in der Newsweek,⁴⁶ verlinkt zu diesem auch online verfügbaren Newsweek-Artikel und publiziert auf seinem Weblog die ungekürzte Originalfassung. Eine Gegenüberstellung beider Fassungen zeigt, dass durch die Kürzung der Redaktion auch der Sinn einzelner Textsequenzen verändert worden ist, wie man an den unten stehenden beiden Ausschnitten erkennen kann:

Ausschnitt aus dem Newsweek-Artikel:

We added the fourth dimension of time, a future that stretches through the screen and over the horizon, a future that *Spirit* will soon be rolling into. Mars is a real, solid, kick-a-rock-and-you'll-stub-your-toe place and, at the same time, a dream of things to come. That's what's truly exciting.⁴⁷

Ausschnitt aus der Originalfassung von Oliver Morton:

In our minds' eyes we added a fourth dimension of time, a future that stretches through the screen and over the horizon, a future that Spirit will soon be rolling into. Gusev crater, and Mars itself, may be empty now - but the future is always empty before we get there. Mars is a real, solid, kick-a-rock-and-you'll-stub-your-toe place and at the same time a dream of what's to come. A future we can see but not yet reach, a future full of mystery, a future unlike the past. That's what's exciting.⁴⁸

⁴⁶ Vgl. MORTON, OLIVER (2004): Another World. NASA's Spirit rover is ready to explore the Martian landscape. In: NEWSWEEK INTERNATIONAL. Ausgabe: 19. Januar 2004 (<http://msnbc.msn.com/id/3927237/>, 25.07.04)

⁴⁷ ebd.

⁴⁸ Eintrag vom 12.01.04, „Why Mars?“ in <http://mainlymartian.blogs.com/semijournal>

Ein anderer Sinn ergibt sich u.a. dadurch, dass sich mit dem Wegfallen des vorletzten Satzes *what's exciting* nicht mehr auf *future* bezieht, sondern auf das Subjekt *Mars* im Satz davor.

Ein weiteres intermedial interessantes Phänomen ist die „Wanderung“ des ersten Farbfotos vom Mars, das der erfolgreich auf dem Mars gelandete amerikanische Roboter *Spirit* zur Erde sendete – also ein transmediales Phänomen. In den Zeitungen werden die ersten Bilder in Hochauflösung gezeigt. Die *Times* zeigt die *first postcard from Mars* am 7. Januar 2004 und schreibt dazu: “The snapshot ... shows a 45-degree field of view directly in front of the rover’s landing site in Gusev Crater, a dusty red plain scattered with small rocks, none of them more than a foot across”.⁴⁹ *International Herald Tribune* zeigt dasselbe Bild, allerdings in einem anderen Kontext: NASA-Wissenschaftler präsentieren es auf einer Pressekonferenz (das Marsfoto ist auf dem Zeitungsfoto im Hintergrund auf einer Leinwand zu sehen).⁵⁰ Am 10. Januar wird ein Panoramafoto in der *Times* veröffentlicht, das neben der Marslandschaft den fotografierenden Spiritroboter im Vordergrund zeigt (Quellenangabe: Cornell University/NASA/Reuters),⁵¹ das gleiche Bild erscheint in der *International Herald Tribune* am 12. Januar (Quellenangabe: NASA/JPL/Cornell University). Die Quellenangaben deuten darauf hin, dass das Foto über mehrere Stationen (NASA, Universität, Presseagentur) zur jeweiligen Zeitung gelangt ist. Die Zeitungen konzentrieren sich auf wenige Bilder der NASA, die z.T. über Zwischenstationen von verschiedenen Presseagenturen an die Zeitungen übermittelt werden. Auch hier sind Weblogs natürlich schneller. Das *WDR-Weblog* veröffentlicht das erste farbige Foto vom Mars bereits am Vorabend der ersten Zeitungsveröffentlichung. Es wird kommentiert durch folgenden Texteintrag:

⁴⁹ „Spirit sends first postcard from Mars“, in: THE TIMES, 07.01.2004, S. 8

⁵⁰ „Rover gives color vistas of Mars“, in INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE, 07.01.2004, S. 5

⁵¹ „Great election ploy, but where will Bush find the Millions?“, in THE TIMES, 10.01.2004, S. 23

Auf dem ersten hochaufgelösten Foto sind Gesteinsadern auf einzelnen Brocken und Steinchen des roten Planeten zu erkennen. Das Foto ist laut NASA nur ein Teil einer vollständigen Panoramaansicht von 360 Grad. Das gesamte Panorama soll aus mehr als 70 Einzelaufnahmen zusammengesetzt werden. Erst ein Zehntel davon wurde bis Dienstag zur Erde übertragen.⁵²

Die anderen Weblogs bringen das Foto gleichzeitig mit den Zeitungen am 7. Januar und verlinken auch auf Bildergalerien der NASA-Homepage.⁵³ Die erste farbige ‚Postkarte‘ vom Mars, ein sowohl wissenschaftliches als auch historisches Ereignis, wird also sowohl in Zeitungen als auch in Weblogs veröffentlicht.

Interessant ist, welche Funktionen Weblogs im Medienverbund übernehmen, die Printzeitungen oder andere Massenmedien nicht bedienen können, z.B. eine Plattform zu sein für ausführliche Leserkommentare⁵⁴ und auch für persönliche Live-Berichte von Veranstaltungen. So sammelt z.B. ein Eintrag des WDR-Weblogs Beobachtungen und Kommentare der User zur *Spirit*-Landung (66 Kommentare).⁵⁵ Hier finden sich auch Verweise auf die Live-Übertragung der CNN (Fernsehen), auf Live-Streaming-Übertragungen im Internet, auf das Bildmaterial der NASA und auf weitere Websites. Susan Kitchens berichtet in *2020hindsight* immer wieder live von NASA-Veranstaltungen und -Pressekonferenzen, auf denen sie anwesend ist.⁵⁶ Sie veröffentlicht von dort Fotos, Teile von Reden und Presseinterviews und beschreibt ausführlich die Stimmung vor Ort sowie die Ereignisse auf dem Mars, die sie gemeinsam mit

⁵² <http://www02.wdr.de/teleskop/categories/mars/2004/01/06.html>, 06.01.04, „Postkarte vom Mars“

⁵³ zum Beispiel <http://photojournal.jpl.nasa.gov> oder <http://www.jpl.nasa.gov>

⁵⁴ Es ist schon oft darauf hingewiesen worden, dass Leserbriefe in Printzeitungen wegen ihrer redaktionellen Auswahl, Kürzung und Bearbeitung einen anderen Status haben als Kommentare von Usern in online-Medien.

⁵⁵ vgl. <http://www02.wdr.de/teleskop/categories/mars/>, 04.01.04, „Spirit im Landeanflug“.

⁵⁶ vgl. <http://www.2020hindsight.org/>, Einträge vom 03.01.04.

den Journalisten und Forschern auf den Veranstaltungen verfolgt. In den Artikeln finden sich Links auf verschiedene Webangebote der NASA-Homepage, auf Webmagazine, Webzeitungen und andere Internetseiten.

Häufig zeigt sich ein Phänomen, das bei Weblogs oft beobachtet werden kann: Themen des öffentlichen Diskurses werden humorvoll variiert, weiterverarbeitet, in andere Themen eingebaut und vom öffentlichen Raum in private Erfahrungsräume transformiert. Es finden sich ironische Anspielungen, Karikaturen oder humorvolle Collagen mit Originalfotos, die einen lockeren Umgang mit dem Thema signalisieren und den Ernst des öffentlichen Diskurses auf der eher informellen Ebene der Weblogs brechen. Am 9. Januar erscheint z.B. im *Netzbuch* ein Eintrag, der mit dem Titel „Ein Wochenende auf dem Mars ...“ auf das Diskursthema referiert, dieses jedoch spielerisch in einen anderen Kontext einbaut: Unter die Textzeile „Ein Wochenende auf dem Mars ...“ ist ein Foto montiert, das einen ICE auf einem Bahnsteig zeigt. Dann folgt die Fortsetzung des zitierten Satzes: „... kann man (noch) nicht verbringen. Aber das Bahnbild ist ein untrügliches Zeichen: Es ist Freitag, und das Wochenende naht, auch ohne Mars!“⁵⁷ Ein weiteres Beispiel für diese humorvolle Variierung und Weiterverarbeitung von Diskursfragmenten ist die Mitteilung am 29. Dezember 2003 in *generation neXt*, man habe ja nun endlich *Beagle 2* wiedergefunden und die Marssonde würde jetzt bei eBay versteigert.⁵⁸ Diese Transformation öffentlicher Themen in private Erfahrungsräume ist ein wichtiges Indiz dafür, dass Weblogs öffentliche und individuelle Kommunikation strukturell koppeln.

⁵⁷ vgl. <http://www.das-netzbuch.de/>, 09.01.04, „Ein Wochenende auf dem Mars ...“

⁵⁸ <http://www.x-ploration.de/>, 29.12.03: spielerische Referenz auf die vermisste Marssonde der ESA: „Beagle 2 gefunden ... Na endlich! Sie haben Beagle 2 wieder gefunden; auf meinem Weihnachtsurlaub. Und jetzt wird die kleine Marssonde bei eBay versteigert. Leicht defekt, aber einige Solarzellen scheinen noch zu funktionieren. Fiel einfach vom Himmel und ist mächtig verbeult. Sendeantenne zur Basisstation ist defekt. Grobe Gebrauchsspuren an der Oberfläche und leichte radioaktive Strahlung an den Sonnensegeln. Wenn niemand bietet, versuch ichs nochmal auf dem Trödelmarkt in Katowitz“.

Die Entfaltung des Subthemas **Rede von George Bush zur Weltraumpolitik der USA**, das den Diskurs im Zeitraum 9. –23. Januar 2004 prägt, zeigt sehr deutlich die „intermediale Arbeitsteilung“ der Printzeitungen und Weblogs bei der Konstitution des Diskurses. Das Thema wird im Medienverbund bearbeitet, Printzeitungen und Weblogs wirken z.T. intermedial zusammen, übernehmen – entsprechend ihrer medialen Prägungen – aber z.T. auch unterschiedliche Parts bei der Entfaltung des Themas. Bereits am 9. Januar 2004 wird in den Printmedien angekündigt, dass Bush in der Folgewoche eine Rede zur zukünftigen Orientierung des amerikanischen Raumfahrtprogramms halten würde, was dann am 14. Januar geschah und sowohl in Print als auch online ein Medienecho bis etwa 23. Januar nach sich zog. Im Vorfeld berichten und kommentieren vor allem die Zeitungen. In den untersuchten Online-Medien fällt die Berichterstattung spärlicher aus. Das *WDR-Weblog* erwähnt die angekündigte Rede am 9. Januar unter Berufung auf die *New York Times* und die *Washington Post* und referiert kurz auf den dort veröffentlichten Inhalt.⁵⁹ Nur in *2020hindsight* wird vor und nach der Rede ausführlich über das Thema geschrieben. Bereits am 8. Januar kündigt *2020hindsight* die Rede an und zitiert aus einer Agenturmeldung von *United Press International*.⁶⁰ Am 13. Januar gibt sie einen Link zum Zeitplan der am Folgetag stattfindenden Bush-Rede, verweist auf das Online-Magazin *SpaceRef.com*⁶¹ und verlinkt nach gehaltener Rede auf ein Weblog, das den vollen Wortlaut der Rede ins Netz gestellt hat. Am 16. Januar folgt eine ausführliche Liste mit Reaktionen zur Bush-Rede, die Linkliste enthält Verweise zu Online-Magazinen, Weblogs und Online-Angeboten von

⁵⁹ vgl. <http://www02.wdr.de/teleskop/categories/mars/>, 09.01.04, „Ankündigung einer Rede Bushs zum US Raumfahrtprogramm“.

⁶⁰ vgl. <http://www.2020hindsight.org/>, 08.01.04, „Bush to send people to the Moon – as prep for Mars“. Auf die Meldung von *United Press International* wird mit dem Link <http://www.upi.com/view.cfm?StoryID=20040107-123930-1532r> verwiesen.

⁶¹ vgl. <http://www.2020hindsight.org/>, 13.01.04, „Schedule for tomorrow’s Space Plan announcements“.

Printmedien.⁶² Im Medienecho auf die Bush-Rede wird in den Weblogs vor allem der Finanzierungsstopp der Projekte Hubble-Teleskop und Internationale Raumstation breit diskutiert und auf die NASA-Homepage und die Hubble-Homepage verlinkt. Ausführlich und besonders emotional greifen Weblogs das von Bush in Aussicht gestellte Ende des Hubble-Teleskops auf und finden damit eine breite Resonanz bei der Leserschaft, was sich in zahlreichen Kommentaren ausdrückt. Das Ende des Hubble-Teleskops scheint für die Weblogs ein wichtigerer Themenaspekt zu sein als die politischen Auswirkungen der Bush-Rede, die in den Printzeitungen thematisiert werden. 2020hindsight z.B. zitiert am 16. Januar in einem sehr emotionalen und groß bebilderten Eintrag, der überschrieben ist mit „Bring me your tired, your poor, your Hubble masses“, einen NASA-Wissenschaftler, der Hubble als „single most important instrument in astronomy, if not all of science“ bezeichnet, und schreibt weiter: „Today’s announcement about Hubble servicing mission cancellation sucks“⁶³. Im Weblog *generation neXt* wird die Bush-Rede mit Verlinkung zu Spiegel-Online genannt und in diesem Zusammenhang das Thema Verschwörungstheorien wieder aufgegriffen (Link auf eine entsprechende Fernsehsendung und die Website „Apollo-Projekt – Gefälschte Mondlandung? Mondlandung oder Mondlandungslüge?“).⁶⁴ Außerdem wird ein Aspekt aufgegriffen, den die Printzeitungen im Zusammenhang mit der Bush-Rede thematisieren: der Vergleich Bushs mit Kennedy. *Generation neXt* schreibt dazu: „Bushs Ankündigung indes ist eine wunderbare Wahltaktik: Er holt den Kennedy-Hammer raus, wohlwissend dass Kennedy ein noch immer beliebter Mann ist und die Amerikaner für derlei Extreme immer zu haben sind ...“⁶⁵. Einen Tag später veröffentlicht *generation neXt* einen sehr emotionalen Eintrag zum Ende von Hubble („Schlechter Witz? Nein, denn leider kein Witz!“), der ähnlich wie 2020hindsight auf die konträre

⁶² vgl. <http://www.2020hindsight.org/>, 16.01.04, „Space Policy Announcement Reactions“.

⁶³ vgl. <http://www.2020hindsight.org/>, 16.01.04, „Bring me your tired, your poor, your Hubble masses“

⁶⁴ <http://www.apollo-projekt.de>

⁶⁵ vgl. <http://www.x-ploration.de/>, 14.01.04

Einschätzung von NASA-Astronomen referiert und viele Leser-Kommentare zum Thema enthält.⁶⁶

Fazit:

Neuere Entwicklungen der Internet-Kommunikation, vor allem Weblogs und Wikis zeigen deutlich, dass online-Kommunikation nicht mehr in erster Linie Tendenzen der Individualisierung und der weiteren Fragmentarisierung der Gesellschaft unterstützt, sondern dass sich Anchlüsse an globale Diskursstrukturen entwickelt haben. Weblogs, die sich mit öffentlich relevanten Themen – oder auf einer Metaebene mit dem Mediensystem selbst – auseinandersetzen, durchbrechen die relative Geschlossenheit traditioneller Kommunikationsformate im Internet (Foren, Chats, News Groups), deren Kommunikation in geschlossenen „Räumen“ bleibt, kaum nach außen wirkt und dies auch nicht soll. Weblogs, die sich in den öffentlichen Diskurs einschalten, haben die Potenz, die Grenzen zwischen individuellem Handeln und Öffentlichkeit, zwischen individuellen und gesellschaftlichen Kommunikationsprozessen zu durchbrechen und in öffentliche Kommunikationsprozesse eingebunden zu werden. Sie sind das erste online-Kommunikationsformat, das öffentliche und individuelle Kommunikation wirklich koppelt. Um diesen neuen Entwicklungen in der Analyse gerecht zu werden, müssen online-Anteile gesellschaftlicher Diskurse in diskursanalytische Fragestellungen und Untersuchungen einbezogen werden. Erst dann kann empirisch gezeigt werden, wie öffentliche Themen im Medienverbund, also über die Schnittstellen zwischen „alten“ und „neuen“ Medien hinweg, konstituiert und bearbeitet werden. In diesem Kontext ist es sinnvoll, das in der Linguistik eingeführte Konzept der Intertextualität durch die Konzepte Intermedialität und Transmedialität zu ergänzen. So wird ein neues Forschungsfeld eröffnet, das Prozesse des Zusammenwirkens von online- und offline- Anteilen gesellschaftlicher Diskurse fokussiert und Aspekte der Intermedialität, Transmedialität und des Medienwechsels einbezieht.

⁶⁶ vgl. <http://www.x-ploration.de/>, 17.01.04, „Goodbye Hubble!“

Literatur

- BLOOD, REBECCA (2000). Weblogs: a History and Perspective. [Online-Dokument] URL http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html.
- BLOOD, REBECCA (2003). Weblogs and Journalism in the Age of Participatory Media. [Online-Dokument] URL http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html.
- BUCHER, HANS-JÜRGEN (2002): Internet und globale Kommunikation. Ansätze eines Strukturwandels der Öffentlichkeit? In: Hepp, A./Löffelholz, M. (Hg.): Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation. Konstanz.
- BUCHER, HANS-JÜRGEN (2005): Macht das Internet uns zu Weltbürgern? Globale Online-Diskurse: Strukturwandel der Öffentlichkeit in der Netzwerk-Kommunikation. In: Fraas, Claudia/Klemm, Michael (Hg.): Mediendiskurse. Frankfurt/Berlin/Bern/New York/Paris/Wien, S. 187-218.
- EIGNER, CHRISTIAN/LEITNER, HELMUT/NAUSNER, PETER/SCHNEIDER, URSULA (2003): Online-Communities, Weblogs und die soziale Rückeroberung des Netzes. Graz.
- ELSAESSER, THOMAS (2002): Filmgeschichte und frühes Kino. Archäologie eines Medienwandels. München.
- FRAAS, CLAUDIA (2005): Diskurse on- und offline. In: Fraas, Claudia/Klemm, Michael (Hg.): Mediendiskurse. Frankfurt/Berlin/Bern/New York/Paris/Wien, S. 83-103.
- FRAAS, CLAUDIA /MEIER-SCHUEGRAF, STEFAN (2004): Diskursive Konstruktion kollektiven Wissens on- und offline. In: Beißwenger, Michael/Hoffmann, Ludger/Storrer, Angelika (Hg.): Internetbasierten Kommunikation. OBST – Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie. Heft 68, S. 77-102.
- FRAAS, CLAUDIA (2004): Vom kollektiven Wissen zum vernetzten Vergessen? Neue Medien zwischen kultureller Reproduktion und kultureller Dynamik. In: Wagner, Franc/Kleinberger-Günther, Ulla (Hg.): Neue Medien - Neue Kompetenzen. Frankfurt/Berlin/Bern/New York/Paris/Wien, S. 6-32.
- HELBIG, JÖRG (1998): Intermedialität. Theorie und Praxis eines interdisziplinären Forschungsgebiets. Berlin: Schmidt. 3-503-03782-9
- MÜLLER, JÜRGEN (1996): Intermedialität. Formen moderner kultureller Kommunikation. Münster, Nodus.

- NEIDHARDT, FRIEDHELM (1994): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. In: Neidhardt, Friedhelm (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 34. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- NIEMAN REPORTS. The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University. Vol. 57, No. 3, Fall 2003 [Online-Dokument], <http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf>
- PETERS, BERNHARD (1994): Der Sinn von Öffentlichkeit. In: Neidhardt, Friedhelm (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 34. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- RAJEWSKY, IRINA O. (2002): Intermedialität. A. Franke Verlag, Tübingen/Basel
- ROSEN, JAY (2005): Bloggers vs. Journalists is over. [Online-Dokument] http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2005/01/21/berk_esy.html (17.02.2005)
- SHANMUGASUNDARAM, KULESH (2002): Weblogging: Lessons Learned. In: Rodzvilla, John (Hrsg.): We've got Blog. How Weblogs are changing our Culture. Cambridge: Perseus Publishing.