

"THE FREEDOM OF THE PRESS IS LIMITED TO THOSE WHO OWN ONE"

A.J. LIEBLING

INHALTSVERZEICHNIS

1	<u>WEBLOGS – DIE NEUEN MEINUNGSMACHER?</u>	5
1.1	ZIELSETZUNG DER ARBEIT	7
1.2	AUFBAU DER ARBEIT	8
2	<u>ABGRENZUNG DES UNTERSUCHUNGSGEGENSTANDS</u>	8
2.1	ENTWICKLUNG, INHALTE & POSITIONEN	9
2.1.1	ENTWICKLUNG DES „ZUGANGSERSCHWERUNGSGESETZES“	9
2.1.2	INHALT DES URSPRÜNGLICHEN GESETZESENTWURFS	10
2.1.3	KRITIKPUNKTE AM URSPRÜNGLICHEN GESETZESENTWURF	11
2.1.4	ÄNDERUNGEN IM GESETZESBESCHLUSS	12
2.2	GRUNDLEGENDE BEGRIFFSKLÄRUNG	13
2.3	ENTWICKLUNG & STRUKTURELLE MERKMALE VON WEBLOGS	13
2.4	KATEGORIEN VON WEBLOGS	17
2.5	KLASSIFIZIERUNG VON PRINTMEDIEN	18
2.6	DER JOURNALISMUS UND DIE QUALITÄTSDEBATTE	18
2.7	MEDIENNUTZUNG: WEBLOGS UND PRINTMEDIEN	20
3	<u>THEORETISCHER RAHMEN</u>	26
3.1	DIE AGENDA-SETTING THEORIE	26
3.1.1	ZENTRALE KONSTRUKTE IN DER AGENDA-SETTING-FORSCHUNG	26
3.1.2	WIRKUNGSKONZEPTE	29
3.1.3	DER AGENDA-SETTING-PROZESS NACH Eichhorn (2005)	31
3.1.3.1	Akteure	32
3.1.3.2	Funktionen	33
3.1.3.3	Prozesse	34
3.2	ÖFFENTLICHKEIT	35
3.2.1	Habermas' ÖFFENTLICHKEITSBEGRIFF	37
3.2.2	AKTUELLE MASSENKOMMUNIKATION UND DELIBERATIVE POLITIK	37
3.3	WEBLOGS, PUBLIZITÄT UND POLITISCHE MEINUNGSBILDUNG	41
3.3.1	DIE NEUE FORM DER ÖFFENTLICHKEIT	42
3.3.2	WEBLOGS ALS TEIL DER POLITISCHEN MEINUNGSBILDUNG	43
3.3.3	ZUM VERHÄLTNIS VON WEBLOGS UND JOURNALISMUS	45
4	<u>UNTERSUCHUNG DER BERICHTERSTATTUNG</u>	46
4.1	EIN MODELL INTERAKTIVER AGENDA-SETTING-PROZESSE	46
4.2	THESENENTWICKLUNG	52
4.3	FORSCHUNGSDESIGN	54
4.4	ÜBERSICHT ÜBER DIE BERICHTERSTATTUNG	57
4.5	ÜBERPRÜFUNG DER THESEN	60
4.5.1	IN WEBLOGS FAND EINE ENTEMOTIONALISIERUNG DES THEMAS STATT.	60
4.5.2	EINE FACETTENREICHE BERICHTERSTATTUNG FAND IN WEBLOGS STATT.	62
4.5.3	IN ZEITUNGEN WURDE DEM ISSUE KAUM BEACHTUNG GESCHENKT.	65
4.5.4	WEBLOGS HABEN ALS AGENDA-SETTER FÜR ZEITUNGEN FUNGIERT.	67
4.5.5	ÜBERPRÜFUNG DER HAUPTTHESE	70
5	<u>PARTIZIPATION 2.0</u>	71
6	<u>LITERATURVERZEICHNIS</u>	74
7	<u>ANHANG</u>	79
7.1	AUFLÖSUNG DER WEBLINKS	79
7.2	CODEBUCH	80
7.3	CD-ROM	87

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

Abb.	Abbildung
BMFSFJ	Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
BKA	Bundeskriminalamt
Bzw.	Beziehungsweise
Ca.	Circa
DNS	Domain Name System
Ebd.	Ebenda
Hg.	Herausgeber
IP	Internet-Protokoll
o. O.	ohne Ort
S.	Seite
StGB	Strafgesetzbuch
Vgl.	Vergleiche
z. B.	Zum Beispiel

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

<i>Abbildung 2.1: Web 2.0 Nutzung 2009 nach Geschlecht und Alter</i>	21
<i>Abbildung 2.2: Nutzungsfrequenz von Web 2.0 Angeboten 2009</i>	22
<i>Abbildung 2.3: Web 2.0 Nutzung durch Erwachsene und 14-29-Jährige</i>	22
<i>Abbildung 2.4: Art der Nutzung von Web 2.0 Angeboten 2009</i>	23
<i>Abbildung 2.5: Blogleserschaft im internationalen Vergleich</i>	24
<i>Abbildung 2.6: Häufigkeit der Nutzung von Weblogs in Kernmärkten</i>	24
<i>Abbildung 2.7: Verkaufte Auflage - Entwicklung der Tageszeitungen, IVW 2/2009</i>	25
<i>Abbildung 3.1: Gesellschaftliches Modell der Themenstrukturierung</i>	32
<i>Abbildung 3.2: Arenen der politischen Kommunikation</i>	39
<i>Abbildung 3.3: Öffentlichkeit - Inputs und Outputs</i>	40
<i>Abbildung 4.1: Modell interaktiver Agenda-Setting-Prozesse</i>	48
<i>Abbildung 4.2: Positionierung der untersuchten Weblogs in den deutschen Blogcharts</i>	56
<i>Abbildung 4.3: Beiträge pro Woche in absoluten Zahlen</i>	57
<i>Abbildung 4.4: Anzahl der Beiträge pro Medium in absoluten Zahlen</i>	58
<i>Abbildung 4.5: Durchschnittliche Beitragslänge</i>	58
<i>Abbildung 4.6: Anteil an Berichten nach Medium: Weblogs</i>	59
<i>Abbildung 4.7: Anteil an Berichterstattung nach Medium: Zeitungen</i>	59
<i>Abbildung 4.8: Verteilung der untersuchten Begriffe in absoluten Zahlen</i>	60
<i>Abbildung 4.9: Verteilung der untersuchten Kategorien in absoluten Zahlen</i>	61
<i>Abbildung 4.10: Prozentuale Verteilung der Kategorien</i>	62
<i>Abbildung 4.11: Kategorien und Untergruppen in absoluten Zahlen</i>	63
<i>Abbildung 4.12: Relative Verteilung von Kategorien und Untergruppen in Zeitungen</i>	64
<i>Abbildung 4.13: Relative Verteilung von Kategorien und Untergruppen in Weblogs</i>	64
<i>Abbildung 4.14: Verteilung der Artikel nach Ressorts</i>	65
<i>Abbildung 4.15: Platzierung der Artikel nach Seitenzahl</i>	66
<i>Abbildung 4.16: absolute Verteilung der Artikellänge in Wortanzahl</i>	66
<i>Abbildung 4.17: Zeitlicher Verlauf der Berichterstattung 21.04.2009 - 02.05.2009</i>	67
<i>Abbildung 4.18: Zeitlicher Verlauf der Berichterstattung 03.05.2009 - 19.05.2009</i>	68
<i>Abbildung 4.19: Zeitliche Verteilung des Begriffs "Zensur"</i>	68
<i>Abbildung 4.20: Zeitliche Verteilung des Begriffs "Zensursula"</i>	69
<i>Abbildung 4.21: Zeitliche Verteilung des Begriffs "Infrastruktur"</i>	69
<i>Abbildung 4.22: Zeitliche Verteilung der Begriffe "Netz- bzw. Internetsperre"</i>	70
<i>Abbildung 7.1: Emotionale Begriffe und Verteilung</i>	80
<i>Abbildung 7.2: Sachliche Begriffe und Verteilung</i>	81
<i>Abbildung 7.3: Neutrale Begriffe und Verteilung</i>	82
<i>Abbildung 7.4: Kategorie Politik</i>	83
<i>Abbildung 7.5: Kategorie Extern</i>	83
<i>Abbildung 7.6: Kategorie Medium</i>	84

<i>Abbildung 7.7: Kategorien und Untergruppen</i>	84
<i>Abbildung 7.8: Platzierung der einzelnen Artikel</i>	85
<i>Abbildung 7.9: Ressort, Platzierung und Artikellänge</i>	85
<i>Abbildung 7.10: Überblick Berichterstattung</i>	86
<i>Abbildung 7.11: Begriff "Zensursula"</i>	86
<i>Abbildung 7.12: Begriff "Infrastruktur"</i>	86
<i>Abbildung 7.13: Begriff „Internet- und Netzsperre“</i>	86

1 WEBLOGS – DIE NEUEN MEINUNGSMACHER?

Für die einen die „Klowände des Internets“¹ für die anderen „Nukleus einer neuen Kommunikationskultur und damit zugleich eine Bedrohung der etablierten Massenmedien“² – Weblogs³ spalten die Geister und wehren sich gegen jegliche Klassifizierungs- und Messversuche.⁴ Das Gefühl, dass etwas geschieht beschleicht jeden, doch was passiert und wie, ist Gegenstand des globalen Rätsels.

Seine Macht demonstrierte das neue Medium dieses Jahr in Deutschland zum ersten Mal eindrucksvoll in der Debatte um das „Gesetz zur Bekämpfung von Kinderpornographie in Kommunikationsnetzen“⁵:

Vier Tage hat es gedauert, den Petitionsausschuss des Bundestages zu zwingen, in einer öffentlichen Sitzung über den Sinn oder Unsinn des Gesetzes zur Sperrung von Kinderporno-Seiten im Internet zu debattieren. Nie zuvor hat das eine Petition erreicht, schon gar nicht eine zu einem solch heiklen Thema. Vier Tage, in denen mindestens 50.000 Menschen zu der Überzeugung kamen, dass es besser ist, sich als Unterstützer von Kinderpornografie verunglimpfen zu lassen, als zuzusehen, wie die eigenen Interessen missachtet werden.⁶

Monatelang, spätestens jedoch seit der Einbringung des Zugangerschwerungsgesetzes in den Bundestag am 05.05.2009, waren Web 2.0⁷ Anwendungen wie Facebook, Twitter und die Blogosphäre⁸ damit beschäftigt, immer wieder über die E-Petition und deren Stand zu berichten – und natürlich auch damit, die Leser zum aktiven Widerstand anzuregen. Die „traditionellen Medi-

¹ Vgl. DAMBECK, HOLGER: *Weblogs: Von Matt entschuldigt sich bei den "Klowänden des Internets"*, in: *DER SPIEGEL*, 26.01.2006, @1, aufgerufen am 23.8.2009, <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,397397,00.html>. Im weiteren Verlauf werden Weblinks in Form von @-Verweisen aufgeführt, die Literaturangabe erfolgt im Literaturverzeichnis, eine Auflösung erfolgt unter Auflösung der Weblinks.

² ZERFAß, ANSGAR / BOELTER, DIETRICH, *Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien*, Graz 2005, S. 16.

³ Zur Definition von Weblogs vergleiche Kapitel 2. Im Folgenden synonym: Blogs.

⁴ Vgl. Kapitel 2.7 und 3.3.

⁵ Im Folgenden synonym: „Zugangerschwerungsgesetz“.

⁶ Vgl. BIERMANN, KAI: *Wie man eine Generation verliert*, in: *DIE ZEIT*, 10.05.2009, @2.

⁷ Web 2.0 bezeichnet die Form des Internets, in der immer mehr Nutzer selbst zu Produzenten von Informationen werden, wodurch sich die aktive Selektion, Bewertung, Empfehlung und Verbreitung von Informationen aller Art verändert. Vgl. SCHMIDT, JAN / FREES, BEATE / FISCH, MARTIN: *Themenscan im Web 2.0. Neue Öffentlichkeiten in Weblogs und Social-News-Plattformen*, in: *Media Perspektiven 2* (2009), S. 50-59, hier S. 50.

⁸ Unter Blogosphäre wird die Gesamtheit aller Weblogs verstanden. Vgl. SEEBER, TINO: *Weblogs – die 5. Gewalt? Eine empirische Untersuchung zum emanzipatorischen Mediengebrauch von Weblogs*, Boizenburg 2008, S.13.

en“, hier vor allem die Printmedien, beschränkten sich darauf, das Geschehen zu kommentieren – auch dies eher zögerlich und zum Teil zeitverzögert.⁹

Doch gerade der politische Journalismus ist einer der Grundpfeiler der Demokratie in Deutschland:¹⁰ Ihm fällt die Aufgabe zu, als sogenannte „vierte Gewalt“ die Handlungen der Regierung mindestens zu kommentieren, falls nötig öffentlichkeitswirksam zu kritisieren.¹¹ Die Entscheidung, eine Infrastruktur im Internet zu schaffen, welche dazu geeignet ist, einzelne Webseiten zu sperren und für die Öffentlichkeit unzugänglich zu machen, ist eine medienpolitische Weichenstellung, die einer kritischen Berichterstattung durch die Presse durchaus würdig ist. Auch vor dem Hintergrund, dass Experten noch im letzten Jahr nur Regulierungsbedarf¹² gesehen haben, scheint dieses Gesetz das Potenzial zu einem medienpolitischen Dammbbruch zu haben.

Dennoch wirkt es, als wäre das Thema in den deutschen Printmedien unterrepräsentiert, oder gar übergangen worden. Die heikle Verknüpfung mit dem Begriff der Kinderpornographie mag seinen Teil dazu beigetragen haben, doch ihrer Verpflichtung als Wächter der demokratischen Grundordnung kam die Presse in dieser Zeit nicht nach.¹³ Bewegte man sich jedoch in diesem Zeitraum im Web 2.0, so konnte man sich dem Thema „Zensursula“¹⁴ nicht entziehen. Eine wahre Flut von Informationen kam und ging über Facebook-Links, Statusaktualisierungen, Twitter-Beiträge und Blog-Posts. Die Brisanz, Wucht und Aktualität des Vorgangs macht ihn zu einem der ersten seiner Art: Ein Aufschrei der Blogosphäre, dem tatsächlich greifbare politische Konsequenzen folgen.

Bereits vor „Zensursula“ taten sich Weblogs als massenbewegende neue Kommunikationsplattform hervor,¹⁵ doch wie wirkt sich diese Flut an Beiträgen von Privatpersonen – „Bürgerjournalisten“ – auf die Prozesse aus, die die Themenstrukturierung der Gesellschaft bestimmen?

⁹ Vgl. Untersuchung im Kapitel 4.

¹⁰ Vgl. hierzu die Einordnung der Festlegung der öffentlichen Aufgabe für die Presse durch das BVerfG 1966 (sog. Spiegelurteil) nach VOWE, GERHARD / OPITZ, STEPHANIE / DOHLEIN, MARCO: *Medienpolitische Weichenstellungen in Deutschland – Rückblick und Vorausschau*, in: *Medien und Kommunikationswissenschaft 2* (2008), S. 159-186, hier S. 170.

¹¹ Vgl. Kapitel 2.6.

¹² Vgl. VOWE/OPITZ/DOHLEIN 2008:184.

¹³ Vgl. Kapitel 4.3.

¹⁴ #Zensursula ist der mittlerweile gängige Hashtag für alle Themen im Zusammenhang mit der Internetzensur und bürgerte sich in der Kommunikation in Web 2.0 Diensten als „Codewort“ ein. Ein Hashtag setzt sich aus einer Raute und einem Wort zusammen um in Diensten wie zum Beispiel Twitter zusammengehörende Themen zu markieren.

¹⁵ Vgl. ROSENBERG, SCOTT: *Say Everything. How blogging began, what it's becoming and why it matters*, New York 2009, S. 136f.

Das Potenzial von Web 2.0 Anwendungen ist Gegenstand vieler Untersuchungen; die Euphorie für die neue Art des Konsumenten, den „Prosumenten“, könnte nicht größer sein. Allein die Wirkung ist noch nicht monetarisiert, die Auswirkungen noch nicht klar, weder die Chancen noch die Risiken.

1.1 ZIELSETZUNG DER ARBEIT

Die Kombination aus dem Verbreiten der eigenen Meinung und dem Übernehmen von Funktionen des Journalismus führt dazu, dass die Blogosphäre ein alternatives publizistisches Selbstverständnis entwickelt.¹⁶ Doch inwieweit greift diese neue „Vorhut der vierten Gewalt“¹⁷ in das intermediäre Agenda-Setting ein und besteht überhaupt eine Beeinflussung? Kann ein Agenda-Setting-Prozess, der eine größtenteils einseitige Beeinflussung voraussetzt, in Zeiten der Interaktion durch das Web 2.0 noch gelten? Wird mit der Hilfe von Weblogs mangelnde Kommunikation eines Themas durch die Massenmedien durch eine „zivilgesellschaftliche Korrektur“ ausgeglichen? Eine Annäherung an diese Frage soll mit Hilfe der Agenda-Setting-Hypothese sowie dem Öffentlichkeitsbegriff nach HABERMAS entwickelt werden.

In dieser Arbeit soll keine inhaltliche Wertung der Frage, ob die Sperrung von Internetadressen, die kinderpornographische Inhalte anbieten, sinnvoll ist oder nicht, stattfinden. Vielmehr geht es darum, den öffentlichen Diskurs nachzuvollziehen und aufzudecken, ob sich in diesem speziellen Thema Weblogs tatsächlich als „Fünfte Gewalt im Staat“ neben der Presse hervorgetan und damit als meinungsbildendes Massenmedium fungiert haben.

Um dies zu überprüfen, wurde aus dem „Prozess der gesellschaftlichen Themenstrukturierung“ nach EICHORN und dem Ideal der deliberativen Politik nach HABERMAS ein Modell der *interaktiven Agenda-Setting-Prozesse* entwickelt, welches die neu geschaffenen interaktiven Kommunikationsvorgänge berücksichtigt und mit Hilfe der Analyse der Berichterstattung über das Zugangerschwerungsgesetz in Weblogs und in Zeitungen überprüft werden soll. Kerngedanke ist hierbei die Auswirkung eines neuen interaktiven Kommunikationskanals zwischen den Rezipienten von Massenmedien und der institutionalisierten, meinungsbildenden Elite.

¹⁶ Vgl. ARMBORST, MATTHIAS: *Kopfjäger im Internet oder publizistische Avantgarde?*, in: *Journalistik Journal* 1/2007, @3.

¹⁷ ARMBORST 2007.

1.2 AUFBAU DER ARBEIT

Im zweiten Kapitel wird ein Überblick über die Diskussion um das Zugangser-schwerungsgesetz gegeben, um die Brisanz und die Positionen darzulegen. Hierauf folgt eine Abgrenzung der zu untersuchenden Medien: Weblogs und Zeitungen werden als eigenständige Medien definiert und eingegrenzt. Im drit-ten Kapitel erfolgt die Einführung in die theoretischen Grundlagen: den zentra-len Konstrukten der Agenda-Setting-Forschung, insbesondere dem Agenda-Setting-Prozess nach EICHHORN, folgt die Erläuterung von HABERMAS' Öffent-lichkeitsbegriff und seiner Bedeutung für die aktuelle Massenkommunikation und deliberative Politik. Nachdem erläutert wurde, inwieweit Weblogs eine neue Form der Publizität darstellen und wie sie als Teil der öffentlichen Mei-nungsbildung fungieren folgt im vierten Kapitel die Synthese aus den voran-gegangenen Grundlagen: ein Modell der *interaktiven Agenda-Setting-Prozesse* und die Überprüfung der aus diesem Modell abgeleiteten Hypothese mit Hilfe von vier Unterthesen. Dies wird durch eine linguistische Analyse der Wortverwendungshäufigkeit in Artikeln und Blog-Posts und durch die Analyse der zeitlichen Entwicklung der untersuchten Berichterstattung erreicht. An-schließend wird im fünften Kapitel das Ergebnis der Analyse diskutiert.

2 ABGRENZUNG DES UNTERSUCHUNGS-GENSTANDS

Untersuchungsgegenstand sind Weblogs, Zeitungen und Zeitschriften. Hierzu ist zu erwähnen, dass das ursprüngliche Forschungsdesign vorsah, die drei verlinkungsstärksten Weblogs sowie drei überregionale Tageszeitungen und drei wöchentlich erscheinende Publikationen zu untersuchen. Dies begründet sich darin, dass zu erwarten ist, dass durch die aktuelle Komponente von We-blogs, also die mehrmalige Aktualisierung pro Tag, eine höhere Anzahl an Beiträgen existiert. Um diesen Umstand auszugleichen, sollten sechs Print-medien untersucht werden. Im Lauf der Untersuchung stellte sich jedoch her-aus, dass die drei wöchentlichen Publikationen im gewählten Untersuchungs-zeitraum keinen Artikel zum Thema veröffentlicht haben. Aufgrund dessen wurde in der vorliegenden Arbeit darauf verzichtet, auf wöchentlich erschei-nende Periodika näher einzugehen.

Aufgrund des noch relativ geringen Bekanntheitsgrads von Weblogs in Deutschland¹⁸ soll vorwiegend auf die strukturellen und inhaltlichen Merkmale und deren Entwicklung eingegangen werden. Auf das Medium Tageszeitung wird aufgrund seiner Verbreitung im deutschen Raum vornehmlich im Zusammenhang mit Themenstrukturierungsprozessen¹⁹, dem Begriff des Journalisten und der aktuellen Qualitätsdebatte²⁰ näher eingegangen.

2.1 ENTWICKLUNG, INHALTE & POSITIONEN

2.1.1 ENTWICKLUNG DES „ZUGANGSERSCHWERUNGSGESETZES“

Das „Gesetz zur Erschwerung des Zugangs zu kinderpornographischen Inhalten in Kommunikationsnetzen“ wurde von Ursula von der Leyen (Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend) auf den Weg gebracht. Am 25.11.2008 erläuterte von der Leyen, dass das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend die „Datenautobahn der Kinderpornographie“²¹ schließen möchte. Dies soll durch technische Sperren geschehen: „Jeder Provider wäre fortan verpflichtet, den Zugriff auf die Web-Seiten zu sperren, die das BKA auf seine schwarze Liste setzt“²².

Am 17.04.2009 wurde eine entsprechende Vereinbarung zwischen den fünf größten Internet Providern Deutschlands und dem BKA unterzeichnet. „Die fünf Anbieter, die die Vereinbarung mit der Bundesregierung unterzeichneten Deutsche Telekom, Vodafone/Arcor, Alice, Kabel Deutschland und Telefonica O2 decken zusammen etwa 75 Prozent der Internet-Zugänge ab“²³.

Schließlich wurde der Gesetzesentwurf am 05.05.2009 vorgelegt und nach Überarbeitung begleitet von massiven Protesten in leicht abgeänderter Form am 18.06.2009 mit großer Mehrheit vom Bundestag beschlossen.²⁴

¹⁸ Vgl. Kapitel 2.7.

¹⁹ Vgl. Kapitel 3.1.

²⁰ Vgl. Kapitel 2.6.

²¹ KLEINZ, THORSTEN: *Kindesmissbrauch. Zweifel an Leyens Internet-Sperren*, in: *DIE ZEIT*, 25.11.2008, @4.

²² Ebd.

²³ TOMIK, STEFAN: *Kinderpornografie. Provider schließen Vertrag für Internet-Sperren*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 17.04.2009, @5.

²⁴ HÖHNE, FOCKE / DIENST, SEBASTIAN, *Das Gesetz zur Erschwerung des Zugangs zu kinderpornographischen Inhalten in Kommunikationsnetzen (Zugangserschwerungsgesetz - ZugErschwG)*, o. O. 2009, @6.

2.1.2 INHALT DES URSPRÜNGLICHEN GESETZESENTWURFS

Der ursprüngliche Gesetzesentwurf vom 05.05.2009 sah vor, durch eine gesetzliche Verpflichtung von Diensteanbietern, die den Zugang zu Kommunikationsnetzen vermitteln (also Internet-Providern), den Zugang zu Angeboten mit kinderpornographischen Inhalten zu erschweren. Dies umfasst auch Inhalte, die durch Hyperlinks²⁵ auf Seiten mit kinderpornographischem Inhalt verweisen. Hierzu sollen sogenannte Sperrlisten durch Mitarbeiter des Bundeskriminalamts (BKA) erstellt und täglich den Providern zur Verfügung gestellt werden. Diese Sperrlisten unterliegen der Geheimhaltung und sind nicht einzusehen.

Die Internetprovider sind daraufhin dazu verpflichtet, innerhalb von sechs Stunden technische Maßnahmen einzuleiten, die den Zugang zu den auf der Sperrliste genannten Seiten erschweren. Anstatt der ursprünglichen Seite soll eine Stoppmeldung erscheinen, die dem Benutzer mitteilt, dass er im Begriff ist, sich auf eine Seite mit kinderpornographischem Inhalt zu begeben und sich dadurch strafbar machen würde.²⁶ Diese Regelung betrifft alle Diensteanbieter, welche ein Kommunikationsnetz von mindestens 10.000 Teilnehmern ermöglichen. „Für die Sperrung dürfen vollqualifizierte Domainnamen, Internetprotokoll-Adressen und Zieladressen von Telemedienangeboten verwendet werden“.²⁷ Dies bedeutet, dass bei einer Anfrage an den Internetprovider in Form eines Hostnamens (www.beispiel.de) der Internetprovider die Auflösung dieses Hostnamens durch das Domain Name System (DNS) in die eigentlich zugehörige Internetprotokoll-Adresse (127.0.0.1.) verhindert und der Nutzer zu einer anderen Internetprotokoll-Adresse (IP) umgeleitet wird, in diesem Fall die der Stoppmeldung.²⁸

Die Daten der Personen, die auf die Stoppmeldung gelangen, dürfen durch die Internetprovider zum Zweck der Verfolgung von Straftaten nach §184b StGB gespeichert werden. Eine anonymisierte Zugriffsliste muss wöchentlich an das BKA übersendet werden. Eine Überprüfung der Sperrlisten durch Richter, Kontrollkommissionen oder ähnliche Instanzen ist nicht vorgesehen.

²⁵ *Hyperlink* (engl.) = Verknüpfung, Verbindung, Verweis. Bezeichnet einen Querverweis auf ein anderes Dokument, meist eine Internetseite, der automatisch verfolgt wird.

²⁶ In Deutschland sind sowohl Besitz als auch Verbreitung von kinderpornographischen Inhalten strafbar nach §184b Strafgesetzbuch.

²⁷ Vgl. DEUTSCHER BUNDESTAG (Hg.): Gesetzesentwurf der Fraktionen der CDU/CSU und SPD vom 05.05.2009: *Entwurf eines Gesetzes zur Bekämpfung der Kinderpornographie in Kommunikationsnetzen*, Drucksache 16/12850.

²⁸ Dieses System wird allgemein als DNS-Spoofing oder DNS-Poisoning bezeichnet. Vgl. @7.

2.1.3 KRITIKPUNKTE AM URSPRÜNGLICHEN GESETZESENTWURF

Die Hauptkritikpunkte richten sich an mehrere Ebenen des Gesetzesentwurfs:

- Mangelnde richterliche Kontrolle: Die Erstellung der Sperrlisten erfolgt durch das BKA und benötigt keinen richterlichen Beschluss.
- Gültigkeit des Gesetzes: es handelt sich in erster Linie um ein Gesetz zur Gefahrenabwehr, welches auch neue Aufgaben des BKA umfasst. Dies liegt jedoch nicht in der Gesetzgebungskompetenz des Bundes, sondern in der Kompetenz der Länder.²⁹ Weiterhin regelt das Telemediengesetz lediglich das Recht der Wirtschaft. Die Regelung von Medieninhalten liegt allerdings in der Zuständigkeit der Länder.
- Fehlende Entschädigung: Im Gesetzesentwurf ist keine Entschädigung der Internetprovider für die Einrichtung und Unterhaltung der Sperrinfrastrukturen vorgesehen.
- Sperren statt löschen: Das Gesetz sieht eine reine Umleitung vor. Die Inhalte bleiben jedoch weiterhin im Internet und abrufbar.³⁰
- Eine Überprüfung der Umgehung findet nicht statt: Wenn ein Nutzer die DNS-Sperre umgeht, wird dies nicht erfasst.
- Speicherung der Daten: Vor allem die Speicherung der Daten zum Zweck der Strafverfolgung wurde kritisiert. Wenn jemand auf die Stoppmeldung gelangt, wurde (noch) keine Straftat begangen.

Neben diesen faktischen Kritikpunkten gibt es noch eine Reihe weiterer Befürchtungen, die sich jedoch eher auf zukünftige, eventuelle Entwicklungen und Spekulationen beschränken:

- Politisches Kalkül: Nutzung eines emotional aufgeladenen Themas um eine Zensur-Infrastruktur einzuführen.
- Einrichtung einer Zensur-Struktur: von vielen wurde vor allem die Einrichtung einer Zensur-Infrastruktur an sich durch dieses Gesetz als gefährlich eingestuft.
- Nur der Anfang: Die Angst, dass auch weitere Inhalte (z.B. illegale Tauschbörsen, Jugendpornographie, ausländische Glücksspielseiten) gesperrt werden können, wird von vielen geteilt, und auch von Bundesjustizministerin Zypries als wahrscheinlich eingeschätzt: „Befürcht-

²⁹ Vgl. HÖHNE/DIENST 2009.

³⁰ Zum Beispiel durch die Nutzung sogenannter „freier“ DNS-Server. Vgl. @8.

tungen, die Liste sperrwürdiger Inhalte würde sehr schnell sehr lang werden, sind in meinen Augen berechtigt.“³¹

2.1.4 ÄNDERUNGEN IM GESETZESBESCHLUSS

Im beschlossenen Gesetz³² vom 18.06.2009 wurden ein paar der Kritikpunkte geändert. Zwar werden die Sperrlisten weiterhin vom BKA erstellt und weitergeleitet, jedoch gilt nun der Grundsatz „Löschen vor Sperren“. Es erfolgt aber weiterhin eine Umleitung auf die sogenannte Stoppmeldung. Geändert wurde auch der Umgang mit Verkehrs- und Nutzungsdaten: Diese dürfen laut dem Gesetzesbeschluss nicht mehr zum Zweck der Strafverfolgung genutzt werden. Eine wöchentliche Aufstellung der Zugriffsversuche wird weiterhin an das BKA übermittelt. Die Sperrlisten sollen nun durch ein unabhängiges Expertengremium überprüft werden:

Beim Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit wird ein unabhängiges Expertengremium gebildet, das aus 5 Mitgliedern besteht. [...] Die Mehrheit der Mitglieder muss die Befähigung zum Richteramt haben. Die Mitglieder sind berechtigt, die Sperrliste beim Bundeskriminalamt jederzeit einzusehen. [...] Stellt es [das Expertengremium] mit Mehrheit fest, dass ein aufgeführtes Telemedienangebot diese Voraussetzung nicht erfüllt [Voraussetzungen von §1 Absatz 1], muss das Bundeskriminalamt dieses Telemedienangebot bei der nächsten Aktualisierung aus der Sperrliste entfernen.³³

Weiterhin erfolgt nach zwei Jahren eine Evaluierung:

Die Bundesregierung erstattet dem Bundestag innerhalb von zwei Jahren nach Inkrafttreten Bericht über die Anwendung dieses Gesetzes. Hierbei sind die Erfahrungen des Expertengremiums nach § 9 des Zugangsschwerungsgesetzes mit einzubeziehen.³⁴

Trotz der Änderungen am ursprünglichen Gesetzesentwurf ist dieser noch immer höchst umstritten:

Obwohl das nun beschlossene Gesetz ausdrücklich nur die Sperrung kinderpornographischer Inhalte vorsieht, werden die Provider doch verpflichtet, universell einsetzbare Sperrinfrastrukturen aufzubauen und vorzuhalten. Sind die notwendigen technischen Voraussetzungen erst einmal geschaffen, ließen sich derartige Forderungen nach Ausweitungen ohne großen Aufwand realisieren.³⁵

³¹ SANDER, RALF: *Online Petition. So funktioniert die Internetsperre*, in: *stern*, 06.05.2009, @9.

³² Vgl. DEUTSCHER BUNDESTAG (Hg.): Gesetzesbeschluss des Deutschen Bundestags vom 19.06.2009: *Gesetz zur Bekämpfung der Kinderpornographie in Kommunikationsnetzen*, Drucksache 604/09.

³³ Vgl. ebd.: Art. 1 §9.

³⁴ Ebd. Art. 3.

³⁵ HÖHNE/DIENST 2009.

2.2 GRUNDLEGENDE BEGRIFFSKLÄRUNG

Der Begriff des Mediums wird heute geradezu inflationär gebraucht: Twitter ist ein neues Medium, Blogs sowieso und „alte“ und „neue Medien“ beherrschen unseren Alltag. Die Entwicklungen allein der letzten hundert Jahre versorgen uns mit einem schier unendlichen Fundus an Medien: Waren früher Bücher und Zeitungen noch das Maß der Dinge so sieht man sich heute einer Flut an Medien gegenüber: Radio, Fernsehen, Internet, Druckerzeugnisse. Und ständig werden es mehr. Das Handy? Ein Medium. Der iPod? Ein Medium. Amazons Kindle? Ein Medium. Die heutige Medien(um)welt kann noch am ehesten mit McLuhans Begriff der Körperextension beschrieben werden: Medien erweitern die natürlichen Körperfunktionen des Menschen, und somit ist alles, was die natürliche Körperfunktion des Menschen erweitert, ein Medium.³⁶

Mit den kontinuierlichen Veränderungen in der Praxis ist auch keine einheitliche Medientheorie in Aussicht.³⁷ Die vorliegende Arbeit erhebt nicht den Anspruch, eine gültige Definition des Begriffs Medium leisten zu können, sondern arbeitet mit den Begriffen „Weblogs“ und „Printmedien“ als Kategorien von Medien. Hierzu wird der Begriff des Weblogs technisch sowie strukturell erläutert. Dies soll auch für den genutzten Begriff der „Printmedien“ erfolgen.

2.3 ENTWICKLUNG & STRUKTURELLE MERKMALE VON WEBLOGS

Der Begriff Weblogs setzt sich aus den Wörtern „Web“ und „Logbuch“ zusammen und beschreibt Angebote, „die nur über wenige formale Gemeinsamkeiten verfügen und inhaltlich stark variieren“³⁸. Weblog-Autoren werden als „Blogger“ bezeichnet, die Gesamtheit aller Weblogs nennt sich „Blogosphäre“.

Weblogs existieren bereits seit Anfang der 90er Jahre, sie entwickelten sich jedoch erst Mitte der 90er Jahre zu journal- beziehungsweise tagebuchartigen Webseiten. Zu Beginn lag das Augenmerk dieser Webauftritte auf dem Filtern von Informationen und Teilen von „Fundstücken“ in Form von Links. Später entwickelten sie sich weiter in Webseiten, die stärker auf die Reflexion persönlicher Themen fokussiert waren.³⁹ Nach dieser Entwicklung differenziert BLOOD in „Filter Weblogs“ und „Short-Form Journal Weblogs“. Filter Weblogs

³⁶ Vgl. HARTMANN, FRANK: *Medien und Kommunikation*, Wien 2008, S. 69.

³⁷ Vgl. ebd.:8.

³⁸ NEUBERGER, CHRISTOPH: *Formate der aktuellen Internetöffentlichkeit. Über das Verhältnis von Weblogs, Peer-to-Peer-Angeboten und Portalen zum Journalismus – Ergebnisse einer explorativen Anbieterbefragung*, in: *Medien und Kommunikationswissenschaft* 53 (2005), S. 73-92, hier S. 79.

³⁹ Vgl. SEEBER 2008:13.

sind hierbei hyperlinkbezogene Kommentare, die sich mit externen und unpersönlichen Themen beschäftigen, wie zum Beispiel Politik oder Technik:

*Their editors present links both to little-known corners of the web and to current news articles they feel are worthy of note. Such links are nearly always accompanied by the editor's commentary. [...] These weblogs provide a valuable filtering function for their readers.*⁴⁰

Mitte 1999, auf dem Höhepunkt des Internet-Booms, traten schließlich Dienstleister wie *Pitas*, *Live-Journal* und *Blogger* auf und ermöglichten nun das Veröffentlichen von Weblogs auch für technisch weniger versierte Nutzer. Zuvor war eine hohe technische Kompetenz notwendig, um mit den herkömmlichen HTML- oder Texteditoren Weblogs zu erstellen. Nun wurde diese Schranke von Dienstleistern aufgehoben und ermöglichte es so einem breiten Spektrum an Nutzern, ein eigenes Weblog zu veröffentlichen. Dadurch ändern sich auch die Inhalte und Themen, welche in Weblogs behandelt werden:

*Now, during 1999 something else has happened, and I believe it has to do with the introduction of Blogger itself. While weblogs had always included a mix of links, commentary and personal notes, in the post-Blogger explosion increasing numbers of weblogs eschewed this focus on the web-at-large in favor of a sort of short-form journal. These blogs, often updated several times a day, were instead a record of the blogger's thoughts: something noticed on the way to work, notes about the weekend, a quick reflection on some subject or another.*⁴¹

Nun wird das Weblog nicht mehr hauptsächlich als Informationsfilter genutzt sondern wird zu einer Möglichkeit, seine persönlichen Gedanken, Erfahrungen und Gefühle auszudrücken. Geprägt sind Weblogs also nun von subjektiven Berichten über Alltägliches. Doch dies ist nicht alles:

Ein Blog ist ein persönliches Tagebuch. Ein Rednerpult. Ein Raum für Zusammenarbeit. Eine politische Bühne. Ein Ventil für Nachrichten. Eine Sammlung interessanter Links. Ihre ganz privaten Gedanken. Notizen für die Welt.⁴²

Obige Ausführungen beschreiben die inhaltlichen Gemeinsamkeiten von Weblogs: gar keine. Dennoch können sie in einer technischen Definition zusammengefasst werden:

Technisch lassen sich Weblogs als eine Webseite mit chronologisch angeordneten Beiträgen definieren, wobei diese absteigend sortiert sind, sodass der jeweils aktuellste Beitrag an erster Stelle steht.⁴³

⁴⁰ BLOOD, REBECCA: *Weblogs. A History and Perspective*, in: RODZVILLA, JOHN (Hg.): *We've got blog. How Weblogs are changing our culture*, Cambridge 2002, S. 10.

⁴¹ Ebd.:11.

⁴² MARTIN-JUNG, HELMUT: *Die große Bühne der Einsamen. Das Weblog als öffentliches Tagebuch wird immer populärer. „Wir sind Guerilla-Publizisten“*, in: *Süddeutsche Zeitung*, 17.02.2005, S. 3.

⁴³ SEEBER 2008:15.

Hinzu kommt, dass Weblogs im Gegensatz zu Peer-to-Peer Angeboten⁴⁴ (welche der gleichen Definition folgen würden) meist in der Verantwortung einer Person oder kleinen Gruppe liegen und regelmäßig, zum Teil mehrmals täglich, aktualisiert werden.

Auch diese Eingrenzung ist noch lückenhaft und grenzt Weblogs nicht ausreichend von anderen Web-Angeboten ab. Deshalb sollen hier noch einige Strukturmerkmale von Weblogs erläutert werden, um die „Gattung Weblog“ eindeutig von anderen Online-Medien abzugrenzen.

Grundsätzlich stehen zur Erstellung von Weblogs zwei Möglichkeiten zur Auswahl: Die Nutzung eines *Weblog-Hosters*⁴⁵ oder einer *Weblog-Management-Software*⁴⁶. *Weblog-Hoster* bieten vorgefertigte Weblog-Designs an. Der Nutzer muss sich nur anmelden und kann in „nur wenigen Sekunden“ bereits damit beginnen, erste Beiträge zu verfassen. Diese einfache Lösung geht auch mit einer geringeren Flexibilität und Erweiterbarkeit der Weblogs einher. Meist sind die gestalterischen und technischen Möglichkeiten solcher Weblogs stark eingeschränkt.

Technisch versiertere Nutzer werden sich für eine *Weblog-Management-Software* entscheiden. Diese besteht im Wesentlichen aus einem einfachen Content-Management-System welches

die kollaborative Erstellung und Bearbeitung des Inhalts von Text- und Multimedia-Dokumenten (Content) ermöglicht und organisiert. Dabei werden die Informationen darstellungsunabhängig gespeichert und verwaltet (Trennung von Inhalt und Layout).⁴⁷

Die gewählte *Weblog-Management-Software* wird auf einem Server, der dem Nutzer meist kostenpflichtig eine Datenbank und Speicherplatz zur Verfügung stellt, installiert. Diese Lösung bietet dem Nutzer nicht nur die volle Kontrolle über Gestaltung und Inhalt des Weblogs, sondern ermöglicht auch die Nutzung von Plugins⁴⁸ oder einer eigenen Internetadresse (URL).

Weblogs selbst bestehen aus einzelnen Beiträgen, welche Posts⁴⁹ genannt werden. Ein Post ist in seinem Umfang unbegrenzt und besteht aus Titel, Datum und dem eigentlichen Textinhalt. Neben reinem Textinhalt können Postings auch Bilder, Animationen, Audiodateien oder Filme enthalten. Meist

⁴⁴ Peer-to-Peer Angebote bezeichnet Internetdienste, die die Kommunikation zwischen den einzelnen Nutzern in den Vordergrund stellen, zum Beispiel durch Empfehlungen.

⁴⁵ Zum Beispiel twoday.net, livejournal.com, blogger.com und andere.

⁴⁶ Die wohl bekannteste und am meisten genutzte Software ist *WordPress*. (www.wordpress.de)

⁴⁷ SEEBER 2005:18.

⁴⁸ *Plugins* sind zusätzlich installierbare Erweiterungen welche neue Funktionen ermöglichen.

⁴⁹ *Posting* (engl.) von *to post* = ankleben, anschlagen, durch Anschlag bekannt machen.

werden einzelne Postings noch durch sogenannte *Tags*⁵⁰ vom Autor in einzelnen Kategorien oder Themengruppen geordnet. Auf der Titelseite eines Weblogs werden die Posts in chronologisch umgekehrter Reihenfolge, vom neuesten zum ältesten Beitrag, angeordnet. Meist erscheint nur eine begrenzte Anzahl von Postings auf der Titelseite, ältere Postings werden nach Kategorien oder chronologisch geordnet in Archiven „gelagert“. Eine Besonderheit stellt der sogenannte *Permalink*⁵¹ dar. Dieser bezeichnet eine feste Internetadresse, über welche jedes einzelne Posting ständig erreichbar ist. Permalinks werden mit Veröffentlichung eines Beitrags automatisch erzeugt. Somit ist nicht nur das Weblog an sich, sondern jeder einzelne Beitrag und auch jeder Kommentar referenzierbar, was das Verlinken auf fremde Blog-Postings oder Kommentare deutlich vereinfacht.⁵² Diese Referenzierbarkeit bildet den Kern des Selbstverständnisses des Bloggens: „Das Zitieren und Linken von Texten, die man woanders gelesen hat, ist eine der ursprünglichsten Tätigkeiten des Bloggens“⁵³. Begründet wird dieses laut SEEBER durch die historische Entwicklung: Weblogs wurden zuerst als Informationsfilter und Logbücher des Surfens verstanden. Möglich wird dies durch Hyperlinks und *Trackbacks*: Oft wird der Sachverhalt eines Blogbeitrags erst dann verstanden, wenn man den gesetzten Hyperlinks folgt. Das Konzept von Hyperlinks entspricht funktional dem Querverweis oder der Fußnote aus der konventionellen Literatur⁵⁴ und begründet sowie fördert die Interaktion zwischen Bloggern. Unterstützt wird diese darüber hinaus durch sogenannte *Trackbacks*. Sie ermöglichen Bloggern festzustellen, ob in anderen Weblogs auf ihren eigenen Eintrag Bezug genommen wird. Hierzu werden nach einem festen Protokoll Daten ausgetauscht, welche die Beziehung zwischen den einzelnen Beiträgen herstellen. Meist werden eingegangene Trackbacks am Ende eines Betrages aufgelistet und enthalten Name, Überschrift, eine kurze Zusammenfassung sowie den Permalink des referierenden Blogs.

⁵⁰ *Tag* (engl.) von *to tag* = Etikett, Anhänger, Aufkleber, Marke, Auszeichner.

⁵¹ *Permalink* (engl.): Kunstwort aus *permanent* und *link*.

⁵² Vgl. SEEBER 2008:19.

⁵³ ALPHONSO, DON: *Ein Dutzend Gründe, warum Blogs den Journalismus im Internet aufmischen werden*, in: ALPHONSO, DON / PAHL, KAI (Hgg.): *Blogs! Text und Form im Internet*, Berlin 2004, S. 23-43, hier S. 34.

⁵⁴ Vgl. SEEBER 2008:21.

2.4 KATEGORIEN VON WEBLOGS

Wie oben bereits beschrieben, gibt es keine einheitliche inhaltliche Definition für Weblogs, welche auch aufgrund der schieren Menge an Weblogs absurd erscheint. Dennoch besteht die Möglichkeit, Weblogs in einzelne Kategorien einzuordnen, wobei hier dem Ansatz von SEEBER gefolgt werden soll, der Weblogs in sechs Kategorien einteilt, in deren Fokus vor allem Weblogs stehen, die auf größere Öffentlichkeiten abzielen. Da für die vorliegende Arbeit keine Einteilung der untersuchten Weblogs in Kategorien vorgenommen wird, sollen hier nur drei Kategorien von Weblogs erläutert werden: Watchblogs, Experten-Blogs und J-Blogs.⁵⁵

Watchblogs beobachten Unternehmen, Institutionen, Politiker wie auch Journalisten kritisch und hinterfragen deren Meinungen, Produkte oder Ideen. Der Begriff ist hierbei als Anlehnung an den englischen Begriff des Watchdogs zu verstehen, der Journalisten die Rolle von Wachhunden zuschreibt. Hieraus leitet sich auch (unter anderem) die Einordnung von Weblogs als neue kritische Gegenöffentlichkeit ab. STEINBERGER bezeichnet in diesem Zusammenhang Weblogs auch als *Fünfte Gewalt* welche zunehmend an Bedeutung gewinnt.⁵⁶

Experten-Blogs sind vor allem im Technologie-Bereich und im IT-Sektor zu zuverlässigen Quellen im jeweiligen Fachgebiet geworden. BAUSCH/HAUGHNEY/HOURIHAN schreiben hierzu:

*The quality of coverage and insights into the latest gadgets and technology coming from weblogs is both more interesting and more complete than most anything you could find in a technology magazine or newspaper column.*⁵⁷

J-Blogs, als Abkürzung für sogenannte Journalist-Blogs, bezeichnen Weblogs die von ausgebildeten Journalisten geführt werden. Hier zeigt sich die Entstehung einer neuen Art der Informationsproduktion und ihrer Verwertung, aus der traditionellen Medienlandschaft formieren sich Blogger, die mit journalistischem Hintergrund subjektiv und mit persönlichen Kommentaren das aktuelle Zeitgeschehen beschreiben. Oft findet man diese „bloggenden Journalisten“ im Rahmen des Online-Angebots von Zeitungsverlagen.

⁵⁵ Die weitere Unterscheidung die SEEBER vornimmt umschließt noch Warblogs, Underground-Blogs und Corporate Blogs auf welche an dieser Stelle nicht weiter eingegangen werden soll.

⁵⁶ Vgl. STEINBERGER, PETRA: *Die Fünfte Gewalt. Wie Webtagebücher in Amerika Politik machen*, in: *Süddeutsche Zeitung*, 16.07.2004 @10.

⁵⁷ BAUSCH, PAUL / HAUGHNEY, MATTHEW / HOURIHAN, MEG: *We Blog: Publishing online with Weblogs*, Indianapolis 2002, S. 6.

Abschließend sei angemerkt, dass sich Weblogs, auch in der wissenschaftlichen Diskussion, jeden Definitionsversuchen verweigern. Bis auf oben genannte technischen Merkmale gibt es wenige Definitionsgrundlagen für Weblogs. Es gibt kaum ein Thema, zu dem nicht gebloggt wird, und die Blogosphäre selbst ist ständigen Weiterentwicklungen und Umwälzungen unterworfen, sei es durch die Entwicklung neuer Technologien (wie zum Beispiel Trackbacks) oder durch neue Strukturen, wie sie durch Nutzung von API Schnittstellen, Twitter und Co. entstehen.

2.5 KLASSIFIZIERUNG VON PRINTMEDIEN

Im Allgemeinen wird unter dem Begriff „Printmedien“ zusammengefasst, was als Druckerzeugnis erhältlich ist. Hierzu gehören Bücher, Zeitungen, Kataloge, Karten und Pläne, aber auch Postkarten, Flugblätter und Plakate. Da sich die vorliegende Arbeit mit der Hypothese des Agenda-Settings und seinen Auswirkungen beschäftigt, sind hier vor allem Zeitungen und Zeitschriften relevant, da sie in der Lage sind, die Medien-Agenda über einen kurzen Zeitraum abzubilden.

Der Begriff Zeitungen wird hier synonym mit Tageszeitungen gebraucht. Tageszeitungen sind täglich erscheinende Druckerzeugnisse, mit aktuellem und universellem Inhalt: Sie unterrichten einen breiten Leserkreis über aktuelle Ereignisse unter anderem aus dem gesellschaftlichen Leben, aus Politik, Wirtschaft, Kultur.

2.6 DER JOURNALISMUS UND DIE QUALITÄTSDEBATTE

Da in dieser Arbeit das System der Medienschaffenden, konkreter Zeitungen und die Blogosphäre betrachtet werden, darf auch ein kurzer Überblick über die heutige Zeitungslandschaft sowie den Journalismus an sich nicht fehlen.

In einer Demokratie hat die Zeitung nicht nur Unterhaltungswert, sondern erfüllt auch gesellschaftspolitische Aufgaben: sie informiert, trägt zu Meinungsbildung bei und kontrolliert und kritisiert das öffentliche Leben. Die Zeitung handelt im öffentlichen Interesse und macht es durch ihre Informationsfunktion möglich, dass Bürger das öffentliche Geschehen verfolgen und an Entscheidungsprozessen mitwirken können. Zeitungen sollen vor allem den gesellschaftlichen Prozess kritisch beobachten und so Missstände aufdecken.

Die Presse als „vierte Gewalt im Staat“ hat den Auftrag, den öffentlichen Diskurs anzuregen und kritisch die politische Meinungsbildung zu begleiten. Gerade dieser zentralen Aufgabe wird die Presse jedoch bereits seit längerem

scheinbar nicht mehr gerecht. Eine kritische Berichterstattung, öffentliches Agenda-Setting und qualitativ hochwertiger Journalismus, der an die Wurzeln des Problems dringt anstatt es auszuschlachten, wird seltener.

Qualität im Journalismus wurde zum ›In-Thema‹, da seit Beginn der 1990er-Jahre infolge von Technisierungs- und Kommerzialisierungstendenzen der Medien immer mehr offenkundige Qualitätsmängel im Journalismus zu beobachten waren.⁵⁸

In der historischen Entwicklung eines ökonomisierten Journalismus führte ein publizistischer Nutzen noch zu einem ökonomischen Nutzen, doch in den Zeiten von Wirtschafts- und Anzeigenkrise, einem wesentlich spezifischeren Werbemarkt im Internet und „News 24/7“ in Fernsehen und Internet scheint nur die Wegrationalisierung von redaktionellem Personal und damit von publizistischer Kompetenz aus dem ökonomischen Dilemma zu führen. Zwar bleibt den sogenannten „alten Medien“ noch immer die Orientierungsfunktion im Dschungel der medialen und gesellschaftlichen Komplexität, doch schon längst haben sie den Neuigkeitswert an die treffenderweise „neue Medien“ genannten Internetdienste verloren. „Gefragt ist die Verbindung neuer Geschäftsideen mit professionellen journalistischen Tugenden und ökonomischer Nutzen-Kosten-Rationalität“⁵⁹.

Doch was sind journalistische Tugenden? Die Berufsbezeichnung des Journalisten ist nicht geschützt und somit fällt es schwer, die Berufsgruppe der Journalisten zu definieren. Sind sie nur ein „Aggregat beruflich Schreibender“⁶⁰? Trotz der heutigen Vielzahl an Arbeitsfeldern und Tätigkeiten (zum Beispiel im PR-Bereich oder in der Werbung) bilden sie dennoch ein eigenständiges System der Gesellschaft:

Journalistinnen und Journalisten haben die Aufgabe, Sachverhalte oder Vorgänge öffentlich zu machen, deren Kenntnis für die Gesellschaft von allgemeiner, politischer, wirtschaftlicher oder kultureller Bedeutung ist. [...] Ihre Arbeit verpflichtet sie zu besonderer Sorgfalt, zur Achtung der Menschenwürde und zur Einhaltung von Grundsätzen, wie sie im Pressekodex des Deutschen Presserates festgelegt sind. Journalistinnen und Journalisten können ihren öffentlichen Auftrag zur Information, Kritik und Kontrolle nur erfüllen, wenn sie von Auflagen und Zwängen frei sind, die diesen Grundsätzen entgegenstehen.⁶¹

Die Wandlung der Medienlandschaft und damit die Entgrenzung und Spezialisierung von journalistischem Arbeiten führte nicht nur zu einer partiellen Ent-

⁵⁸ HERMES, SANDRA: *Qualitätsmanagement in Nachrichtenredaktionen*, Köln 2006, S. 16.

⁵⁹ PÖTTKER, HORST: *Ökonomisierung des Journalismus?*, in: *Journalistik Journal* 1/2009, @11.

⁶⁰ RAABE, JOHANNES: *Fokus. Beruf: Journalist*, in: *Journalistik Journal* 1/2008, @12.

⁶¹ DEUTSCHER JOURNALISTEN VERBAND (Hg.): *Berufsbild Journalistin – Journalist*, Bonn 2009 (DJV Wissen 4), S. 2.

professionalisierung, sondern auch zu geänderten Rahmenbedingungen für Qualität.

In diese Unsicherheit, die sinkende Qualität und wirtschaftliche Probleme erschaffen haben, stößt nun eine technische Revolution: der Zugang zur Medienöffentlichkeit hat seine Exklusivität verloren; mit den Möglichkeiten des Internets ist jeder dazu in der Lage, seine Meinungen und Gedanken frei und einem potenziellen Massenpublikum gegenüber zu äußern. Hier geht es nicht mehr unbedingt um publizistische Qualität; Subjektivität und aktive Konsumenten sind der Kern der Blogosphäre und machen den Reiz aus. Besonders in Ländern mit Defiziten an Meinungs- und Pressefreiheit sehen Experten in Weblogs ein subversives Potential.⁶²

Im Gegensatz zu den klassischen Massenmedien wie Print oder Fernsehen haben Weblogs keinen Bindungs- oder Vollständigkeitsanspruch. Sie versuchen nicht, die Konsumenten an sich zu binden, sondern stellen mit der hohen Linkdichte unter Beweis, dass sie eher als Drehkreuz fungieren, als Wegweiser für Fundstücke in den Tiefen des Internets. Dies ist auch der Grund für die rasend schnelle Verbreitung von Neuigkeiten innerhalb der Blogosphäre: Die ständige Aktualisierung und Erforschung. In Weblogs herrscht ein ständiges System von Kritik und Kontrolle, ein Blog-Post ist nicht der Weisheit letzter Schluss, sondern „Work in Progress“.

Trotz dieses Prozesses, der definitiv nicht vergleichbar ist mit dem publizieren eines Artikels in DER ZEIT, identifizieren sich rund 50% der Blogger mit typisch journalistischen Tätigkeitsbeschreibungen wie auch mit Rollenselbstbildern und Motivationsgründen, die eigentlich Journalisten zugeschrieben werden.⁶³

2.7 MEDIENNUTZUNG: WEBLOGS UND PRINTMEDIEN

Um einschätzen zu können inwieweit Weblogs und das Web 2.0 eine neue Form der Öffentlichkeit darstellen sollen einige Daten über die Nutzung derselben erläutert werden. Hierbei zeigt sich ein generelles Problem bei der Untersuchung von Weblogs und Web 2.0 Angeboten und Nutzern: „Bisher liegen fast ausschließlich Einzelstudien vor, deren Vergleichbarkeit durch methodische Unterschiede beschränkt ist“.⁶⁴ Zum Vergleich sollen hier die wichtigsten

⁶² Vgl. ARMBORST 2007.

⁶³ Vgl. ebd.

⁶⁴ NEUBERGER, CHRISTOPH / NUERNBERGK, CHRISTIAN / RISCHKE, MELANIE: *Eine Forschungssynopse zum Wandel der Öffentlichkeit im Internet. Weblogs und Journalismus: Konkurrenz, Ergänzung oder Integration?*, in: *Media Perspektiven* 2/2007, S. 96-112, hier S. 97.

Ergebnisse der *ARD/ZDF Onlinestudie 2009* und der UNIVERSAL/MCCANN *Wave 3 Studie* zusammengefasst werden.

	zumindest selten genutzt, in %								
	Gesamt	Frauen	Männer	14-19 J.	20-29 J.	30-39 J.	40-49 J.	50-59 J.	ab 60 J.
Wikipedia	65	64	67	94	77	70	62	50	39
Videoportale (z.B. YouTube)	52	45	58	93	79	55	45	27	12
private Netzwerke u. Communitys	34	36	32	81	67	29	14	12	7
Fotosammlungen, Communitys	25	25	26	42	41	20	19	19	14
berufliche Netzwerke u. Communitys	9	8	11	6	16	13	8	7	1
Weblogs	8	6	10	12	16	10	5	4	1
Lesezeichensammlungen	4	4	4	9	6	4	2	2	2
virtuelle Spielewelten	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Abbildung 2.1: Web 2.0 Nutzung 2009 nach Geschlecht und Alter⁶⁵

In einer Untersuchung von BUSEMANN/GSCHEIDLE auf Basis der *ARD/ZDF Onlinestudie 2009* wird deutlich, dass Web 2.0 Dienste wie Wikipedia und Videoportale von mehr als der Hälfte der Onlinennutzer verwendet werden. Wie in Abbildung 2.1 zu erkennen, werden Private Netzwerke und Communities zwar insgesamt nur von 34% der Internetnutzer auch tatsächlich verwendet, jedoch ist der Anteil der 14-19 Jährigen beziehungsweise 20-29 Jährigen mit 81% respektive 67% mindestens doppelt so hoch wie der Gesamtanteil. Weblogs werden nur von 8% der Gesamtnutzer verwendet, auch hier ist wieder ein Anstieg unter den jüngeren Nutzern (14-39 Jahre) zu verzeichnen, wobei die Gruppe der 20-29 Jährigen mit einem Anteil von 16% klar am stärksten vertreten ist. Von den 14-29 Jährigen nutzen nur 5% Weblogs wöchentlich (siehe Abbildung 2.1).

Für die vorliegende Untersuchung sind vor allem die Nutzer der Web 2.0 Angebote interessant. Führend sind hier private Netzwerke und Communities, mit einer täglichen Nutzung von 13%. Hierauf folgen Videoportale (9%) und Wikipedia (4%) wobei deren Nutzungshäufigkeit wöchentlich wesentlich höher ist: Videoportale werden von 17% der Onlinenutzer wöchentlich genutzt, Wikipedia wird sogar von 24% der Nutzer wöchentlich genutzt. Weblogs hingegen werden laut der *ARD/ZDF Onlinestudie 2009* nur von 1% der Onlinenutzer täglich genutzt, immerhin 4% nutzen Weblogs selten (vgl. Abbildung 2.2).

⁶⁵ BUSEMANN, KATHRIN / GSCHEIDLE, CHRISTOPH: *Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2009. Web 2.0: Communities bei jungen Nutzern beliebt*, in: *Media Perspektiven 7/2009*, S. 356 – 364, hier S. 360.

in %

	täglich	wöchentlich	monatlich	selten	nie
private Netzwerke u. Communitys*	13	11	3	2	71
Videoportale (z.B. YouTube)	9	17	17	9	48
Wikipedia	4	24	22	16	35
berufliche Netzwerke u. Communitys*	2	3	1	0	94
virtuelle Spielwelten	-	-	-	-	-
Fotosammlungen, Communitys	2	5	8	11	75
Lesezeichensammlungen	1	1	1	1	96
Weblogs	1	2	1	4	92

Abbildung 2.2: Nutzungsfrequenz von Web 2.0 Angeboten 2009⁶⁶

Deutlich wird vor allem der sogenannte Digital Divide: Die Nutzung von Web 2.0 Angeboten durch 14 – 29-Jährige unterscheidet sich signifikant von der Nutzung durch die Onliner insgesamt. Vor allem Videoportale und private Netzwerke werden im Vergleich zu allen Onlinern von der jüngeren Generation doppelt so häufig genutzt. Bei Weblogs ergibt sich nur ein kleiner Unterschied. (vgl. Abbildung 2.3)

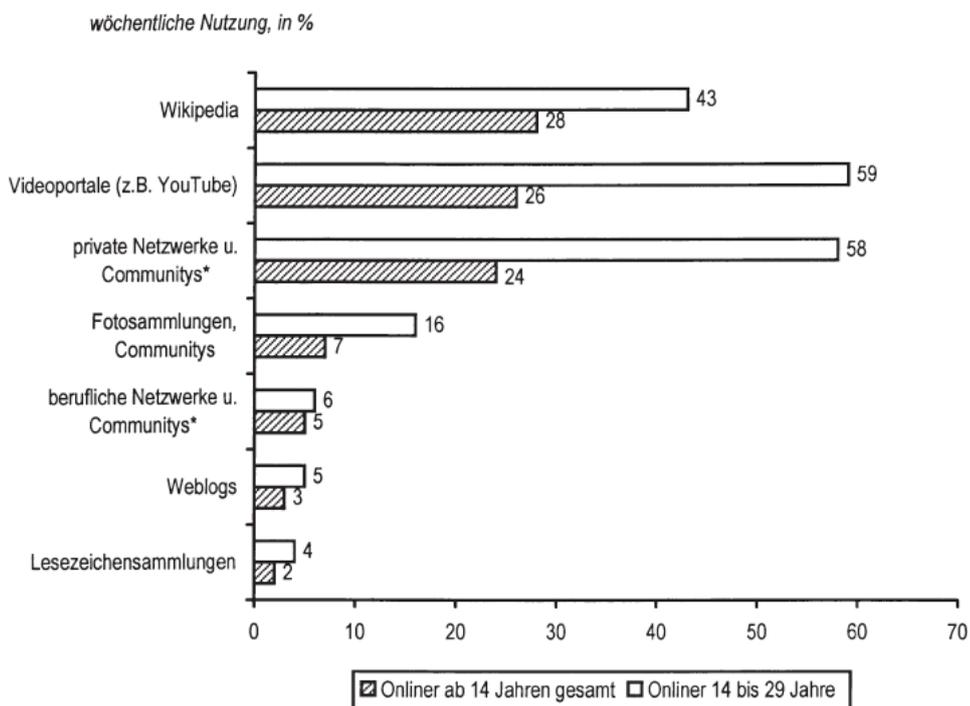


Abbildung 2.3: Web 2.0 Nutzung durch Erwachsene und 14-29-Jährige⁶⁷

Auffallend ist, dass Nutzer, die das Angebot von Weblogs schon genutzt haben zu 43% bereits selbst etwas verfasst haben (vgl. Abbildung 2.4). 12% der Nutzer haben sowohl etwas eingestellt als auch Informationen abgerufen. Dennoch ruft die Mehrzahl, 45%, nur Informationen ab.

⁶⁶ Ebd.:359.

⁶⁷ BUSEMANN/GSCHEIDLE 2009:364.

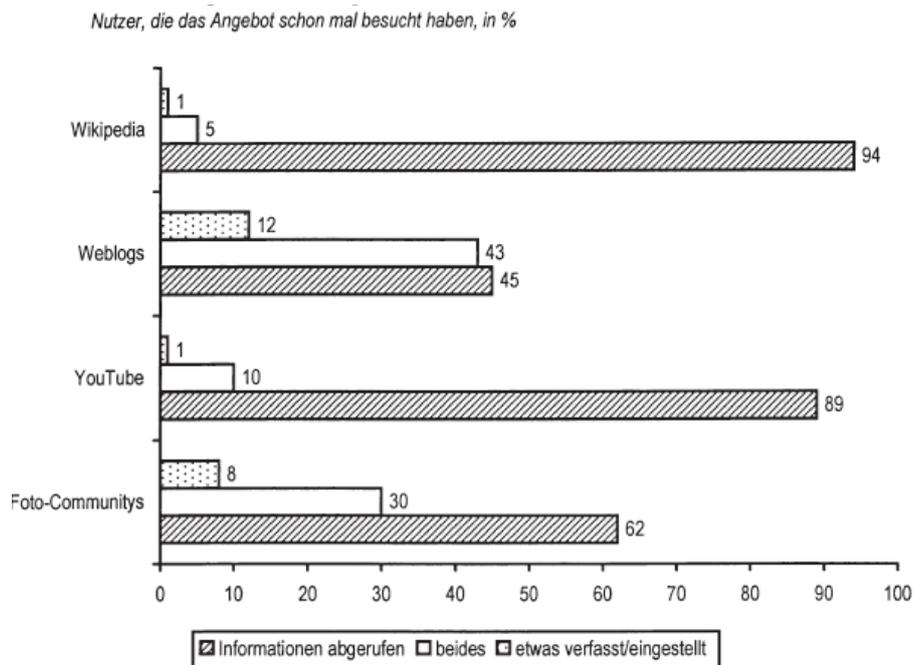


Abbildung 2.4: Art der Nutzung von Web 2.0 Angeboten 2009⁶⁸

Im Vergleich zur *ARD/ZDF Onlinestudie* kommt die Untersuchung *Wave 3* von UNIVERSAL/MCCANN zu anderen Ergebnissen. Dies liegt wohl vor allem in der Methodik begründet: Während die *ARD/ZDF Onlinestudie* die Grundgesamtheit der Bevölkerung (auf Basis von 1.806 Befragten) durch Telefoninterviews befragt, erfasst die UNIVERSAL/MCCANN Studie über einen Online-Fragebogen 17.000 Intensiv-Internetnutzer⁶⁹ in 29 Ländern.

Laut *Wave 3* haben 72,8% der Intensivnutzer bereits das Angebot von Weblogs genutzt, 54,8% haben Blogs bereits kommentiert. 38,7% betreiben sogar ihr eigenes Weblog. Im Vergleich dazu haben in Deutschland 55,4% der Internetnutzer Weblogs genutzt, und damit im Vergleich zur Vorjahresuntersuchung stark zugelegt: Im Jahr 2007 waren es nur 15% der deutschen Internetnutzer. UNIVERSAL/MCCANN zieht hieraus den Schluss, dass in Deutschland Blogs nun auch „angekommen“ sind, im internationalen Vergleich ist Deutschland jedoch immer noch eines der Schlusslichter (vgl. Abbildung 2.5).

⁶⁸ Ebd.:362.

⁶⁹ Intensive Internetnutzer werden definiert als Personen, die das Internet täglich oder fast täglich nutzen. Vgl. UNIVERSAL/MCCANN (Hg.): *Power to the People. Social Media Tracker. Wave 3*, o. O. 2008.

Blog readership Wave 3

"Thinking about using the Internet, which of the following have you ever done?" Active Internet Users

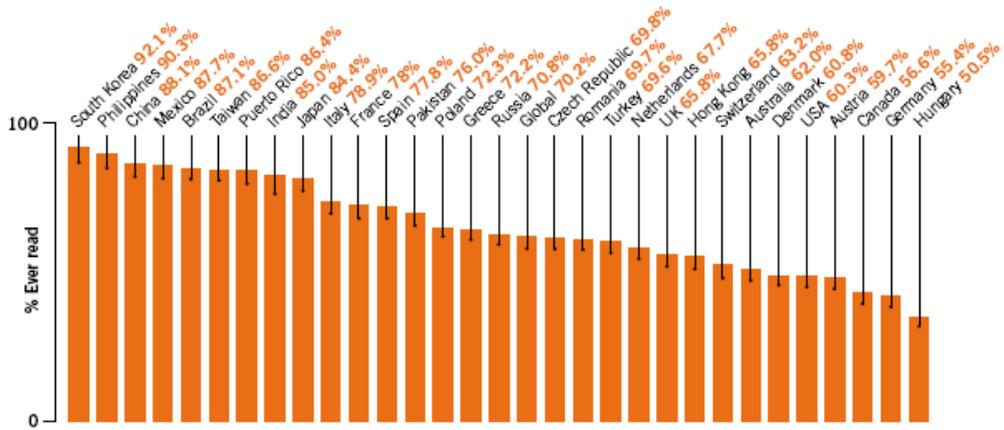


Abbildung 2.5: Blogleserschaft im internationalen Vergleich⁷⁰

Von den deutschen Onlinenutzern, die Weblogs lesen nutzen 17% Weblogs täglich, 41% nutzen Weblogs wöchentlich. Auch das Erstellen von Weblogs nahm zu: 27,8% der deutschen aktiven Internetnutzer führt mittlerweile ein eigenes Blog (im Vergleich zu 7,5% im Vorjahr). Abbildung 2.6 macht deutlich, dass Deutschland im internationalen Vergleich noch selten Weblogs nutzt.

Frequency of readership – key markets

"Thinking about using the Internet, how often do you do any of the following?" – "Read blogs / weblogs" Blog Readers Only

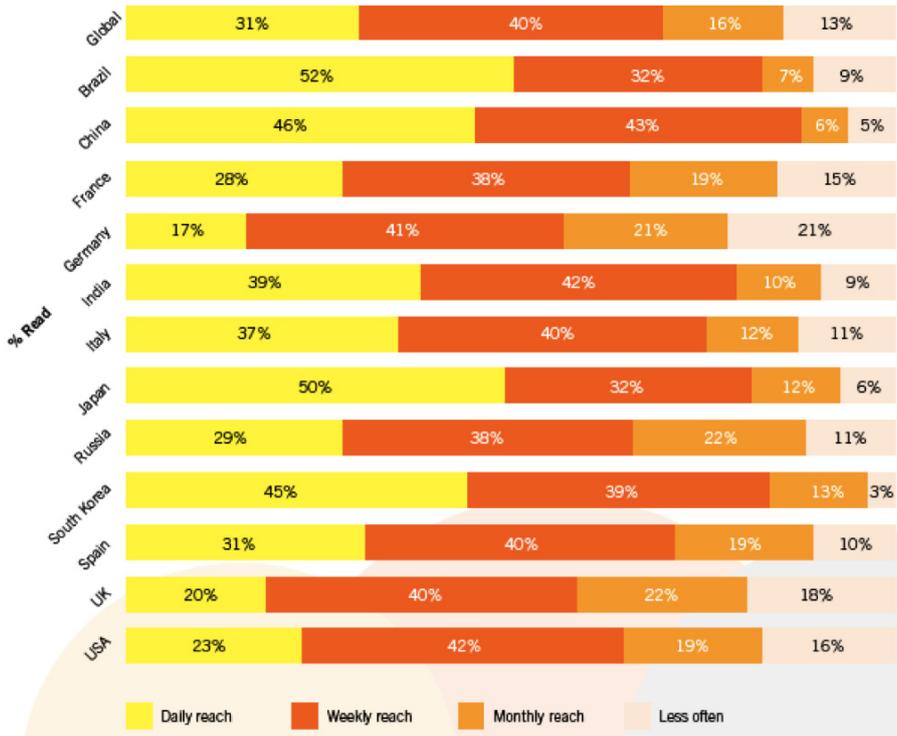


Abbildung 2.6: Häufigkeit der Nutzung von Weblogs in Kernmärkten⁷¹

⁷⁰ Ebd.

Setzt man die Ergebnisse in den Kontext der Gesamtbevölkerung bedeutet dies, dass 21,2% der Deutschen Weblogs bereits genutzt haben. Im Vergleich zu den Ergebnissen der *ARD/ZDF Onlinestudie* (8% haben bereits Weblogs genutzt) ist dies ein sehr starker Unterschied. Angesichts der Tatsache, dass Methodik und Repräsentativität in Untersuchungen zum Thema Weblogs stark variieren⁷² soll hier keine der Untersuchungen als „Grundlage“ genutzt werden, sondern viel eher darstellen, dass im internationalen Vergleich noch eine starke Entwicklung von Weblogs als Kommunikationskanal erwartet werden kann, vor allem in Deutschland.

Legt man die Untersuchungsergebnisse von UNIVERSAL/MCCANN zu Grunde, so sind circa 16 Millionen Deutsche bereits mit Weblogs in Berührung gekommen, laut *ARD/ZDF Onlinestudie 2009* sind es circa 6,4 Millionen.

Im Vergleich dazu erreichen Tageszeitungen ein Publikum von etwas mehr als 23,2 Millionen Menschen, wobei die Entwicklung der verkauften Auflage bereits seit mehreren Jahren rückläufig ist (vgl. Abbildung 2.7). Zusammengekommen mit den Wochenzeitungen erreicht diese Art von Printmedien circa 25,1 Millionen Menschen.⁷³

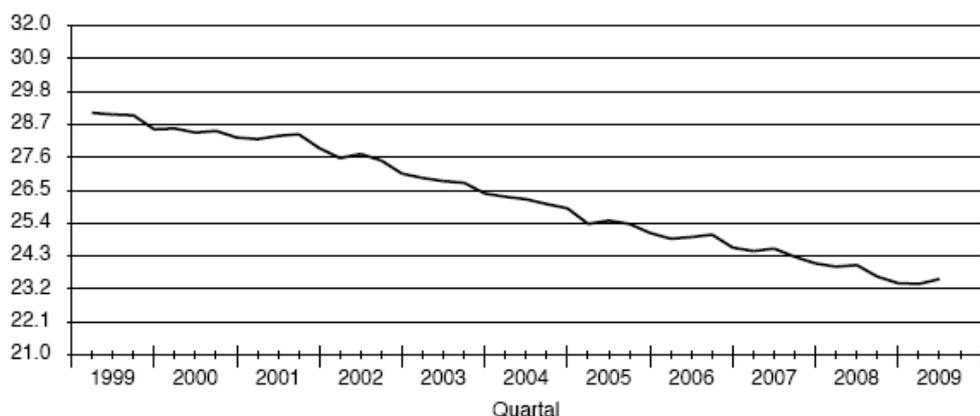


Abbildung 2.7: Verkaufte Auflage - Entwicklung der Tageszeitungen⁷⁴, IVW 2/2009

Abschließend kann gesagt werden, dass Weblogs (und das Internet) als Informationsquellen stetig zunehmen. Dennoch stellt die Tageszeitung noch immer ein reichweitenstarkes Medium dar, welches die Information eines Großteils der Bevölkerung übernimmt.

⁷¹ Ebd.

⁷² Vgl. NEUBERGER/NUERNBERGK/RISCHKE 2007:97.

⁷³ Vgl. INFORMATIONSGESELLSCHAFT ZUR FESTSTELLUNG DER VERBREITUNG VON WERBETRÄGERN E.V. (Hg.): *Auflagenliste*, Berlin 2/2009.

⁷⁴ IVW 2009:9.

3 THEORETISCHER RAHMEN

3.1 DIE AGENDA-SETTING THEORIE

*...the press is significantly more than a purveyor of information. It may not be successful much of the time in telling people what to think, but it's stunningly successful in telling its readers what to think about.*⁷⁵

In der Agenda-Setting-Forschung geht es vornehmlich um die Erforschung der Kommunikations- und Beeinflussungsprozesse zwischen Massenmedien und Rezipienten. Genauer wird die Hypothese untersucht, ob Massenmedien durch die eigene Schwerpunktsetzung in der Berichterstattung die öffentliche Aufmerksamkeit auf bestimmte Themen lenken (können). Hierbei ist auch von Bedeutung, inwieweit sich Massenmedien untereinander beeinflussen.

Zu Beginn der Agenda-Setting-Forschung ging man noch vom Modell der *mächtigen Medien* aus, deren persuasive Wirkung der Masse der Rezipienten die Meinung gewissermaßen „diktiert“.

Die *Agenda Setting Function of Mass Media* wurde Anfang der siebziger Jahre durch MAXWELL MCCOMBS, DONALD SHAW und die Chapel-Hill Studie geprägt. MCCOMBS und SHAW gelang es, einen Zusammenhang zwischen der Berichterstattung in den lokalen Medien und der *Agenda* (der Tagesordnung) der Bevölkerung, genauer der unentschlossenen Wähler, nachzuweisen. Diese klein angelegte Studie mit 100 Wählern war der Anstoß für eine ganze Reihe von Studien, nicht nur in den Kommunikationswissenschaften, sondern auch in angrenzenden Fachgebieten wie Politikwissenschaften, Soziologie und Psychologie.

3.1.1 ZENTRALE KONSTRUKTE IN DER AGENDA-SETTING-FORSCHUNG

Die Agenda-Setting-Forschung beschäftigt sich mit der *Salience* eines *Issues* auf der *Agenda* der Rezipienten (und der Massenmedien). Um die Zusammenhänge im Bereich des Agenda-Setting verstehen zu können, müssen zuerst die Termini geklärt werden. Hierbei ist anzumerken, dass ein Großteil der Agenda-Setting-Forschung im angelsächsischen Raum stattfand, wodurch sich die Nutzung der englischen Begriffe erklärt. Da es schlicht unsauber wäre, einen Begriff wie *Issue* mit dem deutschen *Thema*⁷⁶ zu übersetzen, folgt

⁷⁵ COHEN, BERNARD C.: *The Press and Foreign Policy*, Princeton 1963, S. 13. Hervorhebung durch den Autor.

⁷⁶ Ein *Thema* kann auch das Thema eines Vortrages sein, was im Englischen allerdings mit dem Begriff *topic* übersetzt würde. Der deutsche Begriff ist sehr viel umfangreicher als das vermeintliche englische Pendant.

hier nun eine Erläuterung der einzelnen Begrifflichkeiten, welche die Agenda-Setting Hypothese ausmachen.

Der Begriff *Issue* bezieht sich im Zusammenhang mit dem Agenda-Setting Ansatz auf eine *öffentliche Streitfrage*, ein Issue bezeichnet also „*current topics and civic concerns linked to the national interest*“⁷⁷. Im Folgenden wird der Begriff Issue synonym zum Begriff der *öffentlichen Streitfrage* genutzt.

Ein Issue bezieht sich immer auf eine Gruppe zusammengehörender Ereignisse oder ein einzelnes Ereignis. Hierbei ist aber immer das Ereignis inhaltlich vom Issue zu trennen. Zu dem Ereignis gehörende Interpretationen, zusätzliche Informationen oder Handlungsmuster sind allerdings immer dem Issue zuzurechnen. Ein Issue bezieht sich immer auf die öffentliche, nicht die private Sphäre.

Bis auf oben genannte Spezifizierungen ist der Begriff des Issues in der Forschung oft sehr unterschiedlich operationalisiert worden und auch die Problematik der unterschiedlichen Kategorienbreite⁷⁸ von Issues führt zu unterschiedlichsten Veränderungen von Themen. Um diese Problematik zu umgehen, schlägt NEUMANN eine Typologie der Issues unter Berücksichtigung des Konzepts der Issue-Zyklen vor:⁷⁹

- *Krisen* sind zeitlich begrenzt und betreffen die vitalen Interessen eines Landes oder seiner Bevölkerung.
- *Symbolische Krisen* kennen im Gegensatz zu der Krise keine zeitliche Einschränkung, sie sind länger andauernde *Probleme*, die für eine bestimmte Zeit in den Krisenstatus erhoben werden.
- *Probleme* sind zeitlich nicht einzugrenzen und verändern mit der Zeit ihre Bedeutung. Jedoch ist die Besorgnis der Öffentlichkeit hier im Allgemeinen hoch.
- *Nicht-Probleme* sind zeitlich auch nicht einzugrenzen, jedoch überschreitet die Beachtung durch die Öffentlichkeit nie einen bestimmten, relativ niedrig anzusetzenden Wert.

⁷⁷ EICHHORN, WOLFGANG: *Agenda-Setting-Prozesse. Eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher Themenstrukturierung*, München 2005, S. 8.

⁷⁸ Die Kategorisierung von Issues kann sich auf einzelne Ereignisse beschränken aber auch relativ breit gefächerte Themenbereiche umfassen.

⁷⁹ NEUMAN, W. RUSSELL: *The threshold of public attention*, in: *Public Opinion Quarterly* 54 (1990), S. 159-176, hier S. 167ff.

Problematisch ist auch die Verwendung des Begriffes *Saliency* synonym mit dem Begriff Wichtigkeit. Die *Saliency*⁸⁰ bezeichnet Themen, die kognitiv verfügbar sind, wohingegen die *Importance*⁸¹ die persönliche oder eingeschätzte Wichtigkeit beziehungsweise die affektive Einschätzung eines Issues wiedergibt. Für die Kategorisierung der Saliency hat sich in der Forschung bereits eine Einteilung etabliert⁸²:

- *Perceived Media Saliency*: wahrgenommene Saliency eines Issues in den Medien.
- *Perceived Community Saliency*: wahrgenommene Saliency eines Issues in der Öffentlichkeit.
- *Interpersonal Saliency*: Häufigkeit, mit der eine Person mit anderen über ein Issue spricht.
- *Intrapersonal Saliency*: persönliche Saliency eines Issues

Hierbei ist davon auszugehen, dass zwischen den Saliency-Typen eine hierarchische Beziehung herrscht:

Die Wahrnehmung der Wichtigkeit von Themen in der Öffentlichkeit führt dazu, daß eine Person über diese Themen mit anderen spricht, was wiederum ihre eigene Einschätzung der Bedeutung dieses Themas beeinflusst.⁸³

Weitergeführt wurde dieser Gedankengang von EICHHORN, der den einzelnen Typen der Saliency entsprechende Kognitionen (*Perceived Community Saliency*), Einstellungen (*Intrapersonal Saliency*) und (Kommunikations-) Handlungen (*Interpersonal Saliency*) zuordnet.⁸⁴

Die *Agenda* schließlich beschreibt also eine nach der Saliency geordnete Rangfolge von Issues. Diese ist keineswegs statisch, sondern verändert sich ständig. *Agenda-Setting* bezeichnet also nicht den Einfluss der Medien auf einzelne Issues, sondern auf die Rangfolge von Issues und deren Position in ebendieser. Dies bedeutet jedoch auch, dass eine derartig erstellte Rangliste

⁸⁰ Aus ästhetischen Gründen wird hier auf die Nutzung des deutschen Begriffs „Saliency“ verzichtet und statt dessen mit dem englischen Begriff *Saliency* gearbeitet.

⁸¹ Aus ästhetischen Gründen wird hier auf die Nutzung des deutschen Begriffs „Importanz“ verzichtet und statt dessen mit dem englischen Begriff *Importance* gearbeitet.

⁸² Kombination der Kategorisierung durch BECKER, LEE B.: *The mass media and citizen assessment of issue importance. A reflection on agenda-setting research*, in: SAXER, ULRICH (Hg.): *Politik und Kommunikation*, München 1983, S. 58-63 – *Perceived Community Saliency*, *Interpersonal Saliency* und *Intrapersonal Saliency* – und durch ATWATER, TONY / SALWEN, MICHAEL B. / ANDERSON, RONALD B.: *Media agenda setting with environmental issues*, in: *Journalism Quarterly* 62 (1985), S. 393-397 – *Perceived Media Saliency*.

⁸³ EICHHORN 2005:10.

⁸⁴ Vgl. ebd.

nur den Status eines Indikators, nicht aber eines theoretischen Konstrukts hat, denn

die Tatsache, daß eine Rangkorrelation zwischen der Medien-Agenda und einer in der Öffentlichkeit festgestellten Agenda existiert, ist kein Beleg für die Existenz eines individuell verankerten Wirkungsprozesses.⁸⁵

3.1.2 WIRKUNGSKONZEPTE

Es ist unklar, wie Rezipienten auf Issues aufmerksam werden und wie die unbewusste Bildung einer Agenda nach Saliences stattfindet. Es existiert jedoch eine Einteilung der Agenda-Setting-Prozesse in unterschiedliche Effektebenen von DEGEORGE⁸⁶:

- *Awareness Modell*: Der Rezipient wird durch die Betonung von Issues in den Massenmedien auf dieselben aufmerksam gemacht.
- *Saliency Modell*: Je häufiger über ein Issue in den Medien berichtet wird, desto größer wird die Saliency des Issues beim Rezipienten.
- *Priorities Modell*: Der Rezipient übernimmt die Rangfolge der Saliency mit der die Issues in den Medien behandelt werden.

Diese Modelle kategorisieren zwar die Wirkung der Massenmedien auf den Rezipienten, sie erklären jedoch nicht, wie diese Wirkung zu Stande kommt. Hierzu gibt es mehrere Ansätze: MCLEOD, BECKER UND BURNES vermuten „bei weniger am politischen Leben Interessierten einen Scanning-Prozess, ein kontinuierliches, aber eher oberflächliches Überwachen der Vorgänge in der Umwelt.“⁸⁷ Ein gesteigertes Interesse führt dazu, dass der oberflächliche Scanning-Prozess durch ein intensiveres Monitoring abgelöst wird. Diese Überlegungen führten zum *Cognitive-Priming Modell*: DEMERS ET AL⁸⁸ vermuten, dass direkte (persönliche) Erfahrung für bestimmte Issues sensibilisiert und damit Agenda-Setting-Effekte begünstigt. Die direkte und die medial vermittelte Erfahrung verhalten sich komplementär, da sie das Interesse an einem Objekt wechselseitig anregen. Den Gegenpol hierzu repräsentiert das *Obtrusiveness-Modell*: „Je ‚näher‘ ein Thema einer Person durch direkte Beobachtung und direkte Betroffenheit wird, desto geringer der Einfluß der Medien.“⁸⁹

⁸⁵ Ebd.:12.

⁸⁶ Vgl. ebd.:15.

⁸⁷ Vgl. ebd.:16

⁸⁸ Vgl. DEMERS, DAVID P. ET AL: *Issue obtrusiveness and the agenda-setting effects of national network news*, in: *Communication Research* 16 (1989), S. 793-812, hier S. 803f.

⁸⁹ Ebd.:17.

Dass eine Wirkung existiert, lässt sich nicht nur an den zahlreichen Forschungen zum Agenda-Setting Ansatz ablesen, sondern ist auch empirisch belegt⁹⁰. Dennoch konkurrieren zwei scheinbar gleichermaßen plausible Annahmen miteinander⁹¹:

- Größeres Wissen und bessere kognitive Verarbeitungsfähigkeit macht den Rezipienten resistenter gegenüber Medieneinflüssen und damit gegenüber Agenda-Setting-Effekten (entsprechend dem Obtrusiveness Modell).
- Größeres Vorwissen und bessere kognitive Strukturierung führt zu leichterem Rezeption von Medieninhalten und führt zu einem höheren Aktivationsniveau. Daher müssten Medieneffekte größer ausfallen (entsprechend dem Cognitive-Priming Modell).

Einen Ansatz, um diese widersprüchlichen Annahmen, die beide von empirischer Forschung unterstützt werden, zu erklären, entwickelte MACKUEN⁹² 1984: Sein Zwei-Komponenten Konzept zur Responsiveness (Sensitivität) für Issue Informationen – und damit Agenda-Setting-Effekten – baut auf den Komponenten *Aufmerksamkeit für Issue-Informationen* und *Empfänglichkeit für evaluative Botschaften* auf. Hinzu kommt ein Indikator für die Wichtigkeit eines Issues auf Basis der Nennungswahrscheinlichkeit desselben. Als Indikatoren für die Sensitivität stellten sich die Schlüsselvariablen *formale Bildung* und *Interesse an Politik* heraus. Die Aufmerksamkeit für Medienbotschaften steigt mit dem Bildungsgrad fast exponentiell an. Das Interesse an Politik führt zwar zu einer geringeren Empfänglichkeit, aber zugleich zu einer wesentlich stärkeren Aufmerksamkeit. Somit führen insgesamt bessere Bildung und stärkeres Interesse an Politik zu einer größeren Sensitivität gegenüber Medieninformationen. Dieses Modell bietet also eine Erklärung für die widersprüchlichen Ergebnisse empirischer Forschungen, da der Einfluss der beiden Komponenten der Responsiveness von Fall zu Fall variieren kann.⁹³ Auf gesellschaftlicher Ebene bedeutet dies folgendes:

Die Dynamik von Themenstrukturierungsprozessen rührt von den eher gebildeten und politisch interessierten Schichten her, die den Medien aufmerksamer folgen und dabei – trotz scheinbar gut gefestigter Meinungen – die Themensetzungen zum großen Teil übernehmen.⁹⁴

⁹⁰ Vgl. ebd.

⁹¹ Vgl. ebd.:27.

⁹² Vgl. ebd.

⁹³ Vgl. EICHHORN 2005:28.

⁹⁴ Ebd.:28f.

3.1.3 DER AGENDA-SETTING-PROZESS NACH Eichhorn (2005)

Ein Modell, das sowohl die gesellschaftlichen als auch Gruppeneinflüsse beachtet, ist EICHHORNS *Modell gesellschaftlicher Themenstrukturierungsprozesse*. Im Prozess der Komplexitätsreduktion konkurrieren unterschiedliche Akteure um Aufmerksamkeit. Dies entspricht einem politischen Ideal des Pluralismus: verschiedene Gruppen mit unterschiedlichen Interessen wollen am Prozess der politischen Meinungsbildung teilhaben und haben mit der gewonnenen Aufmerksamkeit Einfluss auf die Ressourcenverteilung. Die verschiedenen Interessen drücken sich in der sozialen Kommunikation in Form von Issues aus. Der Strukturierungsprozess spielt aus demokratietheoretischer Sicht eine entscheidende Rolle für organisierte Gruppen, um eigene Interessen im politischen System durchzusetzen. Die schiere Menge an unterschiedlichen Interessengruppen macht jedoch eine Komplexitätsreduktion notwendig. Diese geschieht im ersten Schritt durch die Interessengruppe selbst: sie definiert das eigene Anliegen als möglichst klar abgegrenztes Issue. Massenmedien und politisches System haben nun nicht nur eine Filterfunktion, sondern vereinfachen diese Issues weiter.

Um diese Transformationsprozesse erfassen zu können, ist ein Beschreibungsmodell notwendig, das eine realitätsnahe Beschreibung unstrukturierter Prozesse bietet. Zunächst kann eine Beschreibung der Entwicklung von den Ursprüngen eines Issues hin zur politischen Agenda einen Einblick in die gesellschaftlichen Abläufe geben. Hierfür ist HILGARTNER UND BOSKS *Public Arenas Modell*⁹⁵, welches den Prozess der *kollektiven Definition* von sozialen Problemen in der Gesellschaft beschreibt, geeignet:

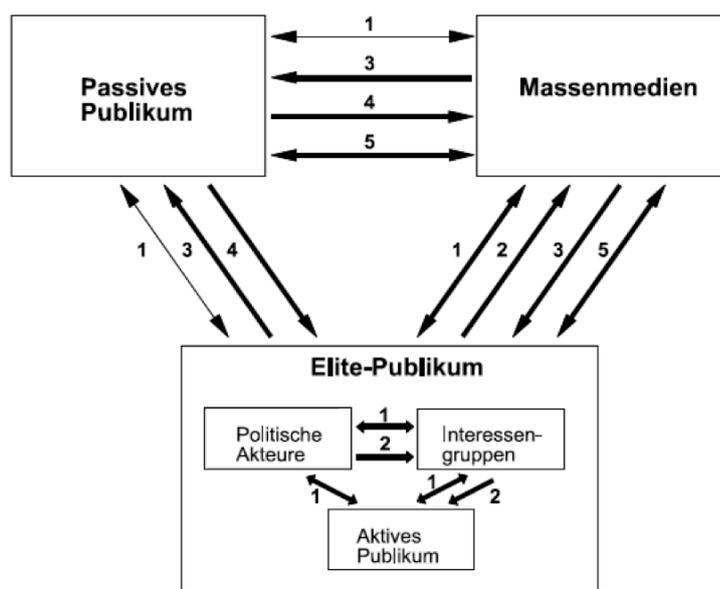
*Collective definition (1) involves coupled social-psychological, organizational, political and cultural processes, (2) spans organizational and institutional boundaries within society, and (3) has a pervasive influence on social action on multiple levels.*⁹⁶

Dieses Modell sagt allerdings nichts über die Struktur der Interaktionsmuster oder über die Art der Selektionskriterien aus. Um von dieser sehr abstrakten Ebene auf die realitätsnähere Beschreibung zu kommen, kann das *Garbage Can Model* nach COHEN, MARCH & OLSEN herangezogen werden, welches Kennzeichen von sozialen Einheiten nennt. Demnach sind soziale Einheiten von mangelhaft ausgeprägten Zielvorstellungen geprägt. Weiterhin verfügen sie über geringe Kenntnis über zur Verfügung stehende Technologien zur

⁹⁵ Vgl. ebd.:150.

⁹⁶ HILGARTNER, STEVEN / BOSK, CHARLES L.: *The rise and fall of social problems: A public arenas model*, in: *American Journal of Sociology* 94 (1988), S. 53-78, hier S. 56.

Verwirklichung ihrer Ziele und zeichnen sich nur durch sporadische Partizipation aus.⁹⁷ Nach EICHHORN sind diese Voraussetzungen im System der Öffentlichkeit⁹⁸ gegeben. Die Kombination von Akteuren, Problemen, Lösungen und Gelegenheiten innerhalb des Systems initiiert Prozesse, die letztendlich zu einer Entscheidung führen. Da jedoch eine hohe Autonomie und eine hohe Interaktion der einzelnen Akteure vorherrscht, ist dieser Prozess an sich unberechenbar. Diese Tatsache ist für den Gesamtprozess an sich von Vorteil, da dieser durch keine Gruppe lenkbar ist; bedeutet jedoch auch, dass EICHHORNS Themenstrukturierungsprozess nur die beteiligten Akteure identifizieren und generelle Funktionen und Prozesse beschreiben kann.



- 1 Interaktion
- 2 fokussierter Einfluß
- 3 unfokussierter Einfluß
- 4 latenter Einfluß
- 5 Berichterstattung

Abbildung 3.1: Gesellschaftliches Modell der Themenstrukturierung⁹⁹

3.1.3.1 AKTEURE

EICHHORN teilt die Akteure in seinem Modell in Interessengruppen, Massenmedien, aktives Publikum, passives Publikum und politische Akteure ein.

Interessengruppen stellen organisatorische Einheiten her, die als legitime Gesprächspartner auftreten können und sich auf Partikularinteressen in der Ge-

⁹⁷ Vgl. EICHHORN 2005:151.

⁹⁸ EICHHORN teilt die Öffentlichkeit in verschiedene Gruppen ein, dem Modell DAHRENDORFS folgend (passive und aktive Öffentlichkeit).

⁹⁹ EICHHORN 2005:153.

sellschaft fokussieren. Zu ihnen gehören alle organisierten Gruppen, die nicht zum politischen System gehören, aber öffentliche Interessen vertreten.¹⁰⁰

Die Massenmedien sorgen für Information und soziale Orientierung und stellen ein Subsystem der Öffentlichkeit dar. Sie sind auf individueller und organisatorischer Ebene mit anderen Bereichen der Gesellschaft verknüpft, die Akteure der Massenmedien sind allerdings weder passive Filter noch neutrale Vermittler.¹⁰¹

Das aktive Publikum nimmt durch „die Rezeption von Massenmedien und durch Diskussion am Prozeß der Entstehung öffentlicher Meinung teil.“¹⁰² Es hat enge interpersonale Kontakte zu Interessengruppen, Medien und Politik, ist aber nicht in relativ homogene, organisierte Einheiten unterteilt; die Mitgliedschaft definiert sich nur über die aktive Teilhabe an politischen Prozessen.¹⁰³

Der Großteil des Publikums bleibt im Regelfall politisch passiv und hat als gesellschaftliche Gruppe nur eine Bedeutung als Träger der Bevölkerungsmeinung.

Politische Akteure sind nach EICHHORN Vertreter der Exekutive und Legislative¹⁰⁴, welche gesellschaftliche Zielvorstellungen realisieren sollen.

3.1.3.2 FUNKTIONEN

Der gesellschaftliche Themenstrukturierungsprozess definiert Issues und grenzt zentrale von peripheren Aspekten der Umwelt ab. Auch die Synthese der gesamten Themenstruktur wird hier geleistet. Die Bedeutsamkeit eines Issues kann daraus abgeleitet werden, wie ausführlich sich die Öffentlichkeit mit einem Thema auseinandersetzt. Zu dieser Öffentlichkeit gehören die Aufmerksamkeit der Massenmedien, das Ausmaß der Mobilisierung der politisch aktiven Akteure, die Resonanz des breiten Publikums sowie die Verknüpfung einzelner Issues mit politischen Akteuren.¹⁰⁵ Hierzu gehört auch „die Verknüpfung einzelner Issues zu größeren Strukturen, die eine Identifikationsbasis für soziale Gruppen bilden können.“¹⁰⁶

¹⁰⁰ Zum Beispiel Umweltschutzgruppen, Unternehmen, Kirchen, Gewerkschaften. Vgl. Ebd.:154.

¹⁰¹ Vgl. ebd.

¹⁰² Ebd.

¹⁰³ Vgl. ebd.

¹⁰⁴ EICHHORN begreift auch Parteien als politische Akteure, obwohl sie sich in gewisser Hinsicht auch den Interessengruppen zuordnen lassen.

¹⁰⁵ Vgl. EICHHORN 2005:155.

¹⁰⁶ Ebd.

Weiterhin wird zwischen individuellen und kollektiven kognitiven Strukturen vermittelt. Issues sind kognitive Schemata, welche Individuen eine Auseinandersetzung mit seiner symbolischen Umwelt ermöglichen. Dies wird auch dadurch bestimmt, wie kulturelle Definitionen und Abgrenzungen in kollektiven kognitiven Strukturen vermittelt werden.

3.1.3.3 PROZESSE

EICHHORN unterscheidet zwischen vier Typen von Prozessen, wobei der Begriff *Einfluss* immer im Sinn von *Einfluss auf die Themenstruktur* zu verstehen ist:

- *Interaktive Prozesse* finden zwischen Akteuren statt, die über soziale Legitimation für ihr Handeln und über wirtschaftliche oder soziale Macht verfügen.
- *Fokussierte Einflussprozesse* sind intentionale Handlungen, welche auf Institutionen gerichtet sind. Sie gehen von organisierten Gruppen zum Beispiel in Form von Public Relations oder informellen Beeinflussungsversuchen aus.
- *Unfokussierte Einflussprozesse* richten sich an ein Massen- oder Teilpublikum. Dazu gehören sowohl Veröffentlichungen in Massenmedien als auch öffentliche Veranstaltungen.
- *Latenter Einfluss* geht vom Publikum als Ganzes aus. Er ist allerdings nicht intentional oder organisiert und verfügt über kein Medium. Die Aktivität liegt hier auf der Seite derjenigen, die beeinflusst werden.
- *Berichterstattung* ist die wesentliche Aufgabe der Massenmedien. Durch sie wird die soziale Umwelt medial rekonstruiert.¹⁰⁷

EICHHORN unterscheidet zwischen drei Sphären¹⁰⁸, den Massenmedien, dem passiven Publikum und dem Elite-Publikum. Die Elite-Öffentlichkeit¹⁰⁹ ist weiter in drei Untergruppen unterteilt: aktives Publikum, Interessengruppen und politische Akteure. Zwischen diesen Gruppen herrscht ein reger interaktiver Austausch. Über interaktive Prozesse ist die Elite-Öffentlichkeit auch mit dem Mediensystem verknüpft, auch durch gerichtete Einflussprozesse wie zum Beispiel Öffentlichkeitsarbeit. Externe Einflüsse gehen von der Bevölkerungs-

¹⁰⁷ Vgl. ebd.:155f.

¹⁰⁸ Vgl. ebd.:156.

¹⁰⁹ Die Begriffe Elite-Publikum und Elite-Öffentlichkeit werden wie auch bei EICHHORN 2005 synonym verwendet.

meinung (in Form eines latenten Einflusses) und den Publikationen der Massenmedien aus.

Die Massenmedien sorgen für eine gemeinsame Informationsbasis, beeinflussen die Themenstruktur der Medien-Agenda und eröffnen damit Gruppen, die ihre Interessen einbringen wollen, eine Einflussmöglichkeit und produzieren Medienrealität durch aktive Berichte sozialer Realität. Damit spielen sie im vorliegenden Modell eine zentrale Rolle. Die Massenmedien werden zum einen durch einen latenten Wirkungsprozess durch ihr Publikum und zum anderen durch interaktive Prozesse durch die Elite-Öffentlichkeit beeinflusst.

Das passive Publikum hat im Wesentlichen nur latenten Einfluss. „Der Grund dafür ist das sehr geringe Ausmaß an Organisation und die geringe Partizipation in Bezug auf öffentliche Probleme.“¹¹⁰ Obwohl die Interaktion zwischen dem passiven Publikum und den anderen Akteuren nur sporadisch ist kann keine Wirkungslosigkeit vorausgesetzt werden. Aufgrund dessen ist hier von einer schwachen Interaktion mit den anderen Elementen des Modells auszugehen.¹¹¹

Die Massenmedien, so lässt sich resümieren, sind häufig nicht einmal erfolgreich darin, ihren Rezipienten zu sagen, worüber sie nachdenken sollen. Ihr Erfolg liegt darin, eine Medienrealität zu konstruieren, aus der diejenigen Teile der Bevölkerung, die es wissen wollen (oder müssen), Hinweise darauf ablesen können, welche Konflikte in ihrer Gesellschaft ausgetragen werden, wer zu welchen Problemen welche Lösungsmöglichkeiten vorschlägt, welche Vorstellungen Parteien und Interessengruppen haben.¹¹²

3.2 ÖFFENTLICHKEIT

Öffentlichkeit ist der Sauerstoff der Demokratie.¹¹³

Die Agenda Setting Theorie bedient sich häufig des Begriffs der *Öffentlichkeit*. Gerade in der medienwissenschaftlichen Forschung gibt es zahlreiche Ansätze und bis heute ist dieser Begriff einer kritischen und zum Teil sehr gegensätzlichen Diskussion ausgeliefert. Im weitesten Sinn bezeichnet *Öffentlichkeit* alle Umstände, die für die Bildung einer öffentlichen Meinung von Bedeutung sind. Massenmedien als Vertreter von Publikum und Berichterstattung werden dementsprechend auch als Öffentlichkeit bezeichnet. *Öffentlichkeit* fungiert auch als intermediäres System zwischen dem Staat als politischem Entschei-

¹¹⁰ EICHHORN 2005:156.

¹¹¹ Vgl. ebd.:158.

¹¹² Ebd.:160.

¹¹³ Vgl. CHRISTIANE SCHULZKI-HADDOUTI: *Öffentlichkeit ist der Sauerstoff der Demokratie*. Günter Wallraff im Interview, in Telepolis, 06.09.1998.

dungsträger und den Bürgern als legitimierender Instanz. Zu beachten ist, dass *Öffentlichkeit* einen subjektlosen Charakter hat, erst durch den Diskursprozess wird sie realisiert.

In unserer heutigen Gesellschaft kann *Öffentlichkeit* entweder mit HABERMAS als „Netzwerk für die Kommunikation von Meinungen“¹¹⁴ beschrieben werden, oder nach GERHARDS als „Kommunikationssystem, in dem Akteure über politische Themen kommunizieren“,¹¹⁵ verstanden werden.

In dieser Öffentlichkeit sind vor allem die Massenmedien ein dominierender Faktor. Für ADORNO/HORKHEIMER wird die Masse der Menschen durch Medienangebote getäuscht, da die wahrgenommene Vielfalt der Medien eigentlich nur die „minimale Variation des Immergleichen darstellt“¹¹⁶. Auch MÖNCH¹¹⁷ sieht Medienangebote kritisch: In ihnen würden Sachverhalte harmonisiert dargestellt, dadurch werden Probleme und Missstände unterdrückt. ANDERS sieht die Auswirkungen der Technik und damit der Massenmedien noch pessimistischer: Die Herrschaft der Technik führt für ihn dazu, dass der Mensch dominiert wird. Massenmedien erzeugen also nicht mehr nur Wirklichkeit, sondern prägen auch Erfahrung und können das Verhalten der Rezipienten massiv beeinflussen.

Die Hauptkritik an all diesen theoretischen Konstrukten liegt zum einen an den wenigen empirischen Forschungen und zum anderen an der Annahme, dass sowohl Medienpublikum als auch Medienangebote als weitgehend homogene Masse verstanden werden, wodurch keine Differenzierung stattfindet.

Öffentlichkeit soll in der vorliegenden Arbeit als ein Netzwerk für die Kommunikation von Meinungen verstanden werden, in dem verschiedene Akteure über politische und gesellschaftliche Themen kommunizieren.

¹¹⁴ HABERMAS, JÜRGEN: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Frankfurt 1990, S. 436.

¹¹⁵ GERHARDS, JÜRGEN: *Öffentlichkeit*, in: JARREN, OTFRIED / SARCINELLI, ULRICH / SAXER, ULRICH (Hgg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft*, Wiesbaden 1998, S.268-274, hier S. 694.

¹¹⁶ Vgl. SCHICHA, CHRISTIAN: *Kritische Medientheorien*, in: WEBER, STEFAN (Hg.): *Theorien der Medien*, Konstanz 2003, S. 108-131, hier S. 20.

¹¹⁷ Vgl. ebd.:16.

3.2.1 Habermas' ÖFFENTLICHKEITSBEGRIFF

Massenmedien

lösen Kommunikationsvorgänge aus der Provinzialität raumzeitlich beschränkter Kontexte und lassen Öffentlichkeiten entstehen, indem sie die abstrakte Gleichzeitigkeit eines virtuell präsent gehaltenen Netzes von räumlich und zeitlich weit entfernten Kommunikationsinhalten herstellen und Botschaften für vielfältige Kontexte verfügbar halten.¹¹⁸

Für HABERMAS besteht Öffentlichkeit aus Kommunikation, und zwar aus einem herrschaftsfreien Diskurs, der letztlich zu einem gesellschaftlichen Konsens führt. Diese Öffentlichkeit kennt keine Zugangsbeschränkungen, sie ist offen für alle gesellschaftlichen Gruppen sowie für alle Themen von kollektiver Bedeutung. In dieser Öffentlichkeit kommt ein Diskurs zu Stande, ein Prozess der vernünftigen Begründung von Normen, welcher rein durch den Zwang des besseren Arguments reguliert wird. Aus diesem Diskurs entsteht die öffentliche Meinung als Produkt der Diskussion, als Konsens: „Diskurse herrschen nicht. Sie erzeugen eine kommunikative Macht, die die administrative nicht ersetzen kann, sondern nur beeinflussen kann.“¹¹⁹ Dennoch plädiert er für eine Aufrechterhaltung einer politisch funktionierenden Öffentlichkeit, die sich als Gegenpol zu einer von Massenmedien beherrschten Öffentlichkeit bewähren muss.¹²⁰

Das Modell von HABERMAS ist ein Idealtypus, an dem sich die heutige Gesellschaft zwar messen kann, aber keinen Anspruch auf Realitätsnähe hat. Dennoch stellt es einen erstrebenswerten Zustand an, der zumindest als Leitbild für die Entwicklung des derzeitigen Systems dienen kann.

3.2.2 AKTUELLE MASSENKOMMUNIKATION UND DELIBERATIVE POLITIK

Die politische Öffentlichkeit kann sich unter dieser Prämisse einen solchen Resonanzboden schon deshalb nicht bilden, weil sie zusammen mit dem Publikum der Staatsbürger an einen Machtcode angeschlossen ist und mit symbolischer Politik abgespeist wird.¹²¹

Für HABERMAS stellt die Qualitätspresse noch immer ein Leitmedium dar, trotz allgegenwärtiger Fernsehsendungen, Internetangeboten und Sparmaßnahmen. Dennoch führen für ihn gerade letztere zur Schwächung der öffentlichen Kommunikation, da ihr gut recherchierte Informationen und Argumente zu ei-

¹¹⁸ HABERMAS, JÜRGEN: *Theorie des kommunikativen Handelns. Band 2. Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft*, Frankfurt a.M. 1981, S. 573.

¹¹⁹ HABERMAS 1990:44.

¹²⁰ Vgl. SCHICHA 2003:9.

¹²¹ HABERMAS, JÜRGEN: *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaates*, Frankfurt a.M. 1992, S. 416f.

nem qualitativen Diskurs fehlen. Vor allem in westlichen Gesellschaften findet eine Verdichtung und Vervielfältigung politischer Kommunikation statt, verstärkt durch eine Überflutung durch mediengestützte Massenkommunikation.¹²² Diese zunehmende Komplexität erfordert immer mehr Kommunikation an der „Eingabeseite“ (und auch an der „Ausgabeseite“) des politischen Systems.¹²³ Die Wandlung zur Informationsgesellschaft führt allerdings nicht nur zu einer gesteigerten Komplexität, sondern auch dazu, dass die Anzahl der gut ausgebildeten und mit hohen kognitiven Fähigkeiten ausgestatteten Bürger wächst. Doch die Ausdifferenzierung von Übertragungsmedien hat gleichzeitig zu einer weiteren Differenzierung des Massenpublikums geführt.

Mediale Massenkommunikation bedeutet aber nicht zwingender Weise bessere Kommunikationsmöglichkeiten, ihr fehlt aufgrund der ihr eigenen Struktur die Diskursqualität: eine Interaktion ist nicht möglich, es fehlen reziproke Sprecher- oder Adressatenrollen und vor allem die Macht der Medien über Auswahl, Zeitpunkt und Präsentation von Botschaften¹²⁴ macht es schwierig, von einem Diskurs zu sprechen. Massenmedien sind dazu bestimmt, im Verlauf der politischen Meinungs- und Willensbildung Lösungen für strittige (gesellschaftliche) Probleme zu finden, doch die Kommunikationsströme die durch die politische Öffentlichkeit fließen scheinen von echten kollektiven Lern- und Entscheidungsprozessen losgelöst zu sein.¹²⁵ Die fehlende Interaktion führt dazu, dass zwar Meinungen verbreitet werden, aber die Aufforderung zu einem Diskurs, einer Stellungnahme, fehlt. Durch die asymmetrische Struktur macht die massenmediale Kommunikation aus Diskursteilnehmern passive Konsumenten.

Durch neue Formen der Internetkommunikation werden die oben genannten Schwächen der „klassischen“ Massenmedien zum Teil wieder ausgeglichen. Die interaktiven und deliberativen Elemente dieses Mediums lassen einen unreglementierten Austausch zu und beleben so das Ideal des egalitären Publikums wieder. Dennoch ist für HABERMAS die Internetkommunikation nicht die Lösung des durch massenmediale Kommunikation verursachten Qualitätsverlustes der politischen Kommunikation, sondern fördert nur weiter eine Fragmentierung des Publikums, was eine nationale Öffentlichkeit eher untermi-

¹²² Vgl. HABERMAS, JÜRGEN: *Ach, Europa.*, Frankfurt a.M. 2008 (Kleine politische Schriften XI), S. 155f

¹²³ Vgl. ebd.:156.

¹²⁴ Vgl. ebd.:158.

¹²⁵ Vgl. ebd.:160.

niert. Es fehlen die funktionalen Elemente, um Botschaften wieder aufzufangen.¹²⁶ Nach HABERMAS kann Internetkommunikation demokratische Dienste nur in autoritären Regimes beanspruchen, in einer liberalen Demokratie sei sie im demokratischen Diskurs wirkungslos.

Dennoch muss weder der abstrakte Charakter noch die asymmetrische Beziehung gegen eine deliberative Politik sprechen. Die politische Kommunikation zirkuliert zwischen drei Ebenen: Den institutionalisierten Diskursen im politischen System, der mediengestützten Massenkommunikation mit einem mehr oder weniger passiven Publikum und der zivilgesellschaftlichen Alltagskommunikation.¹²⁷

Politische Öffentlichkeit dient als intermediäres Kommunikationssystem zwischen den formalen Beratungen und zivilgesellschaftlichen Rändern wie sie in Abbildung 3.2 von HABERMAS dargestellt werden. So bekommt Öffentlichkeit politische Relevanz als Sphäre der veröffentlichten Meinung. Aber dennoch stammen die Inhalte, die diskutiert werden, von Parteien oder sogenannten „Pressure Groups“. Eine Kernanforderung an einen Legitimationsprozess nach dem deliberativen Modell ist, dass eine reflektierte öffentliche Meinung hervorgeht, daher ist dieser einseitige Sendungsprozess nicht geeignet, um die Anforderungen eines Diskurses zu erfüllen.

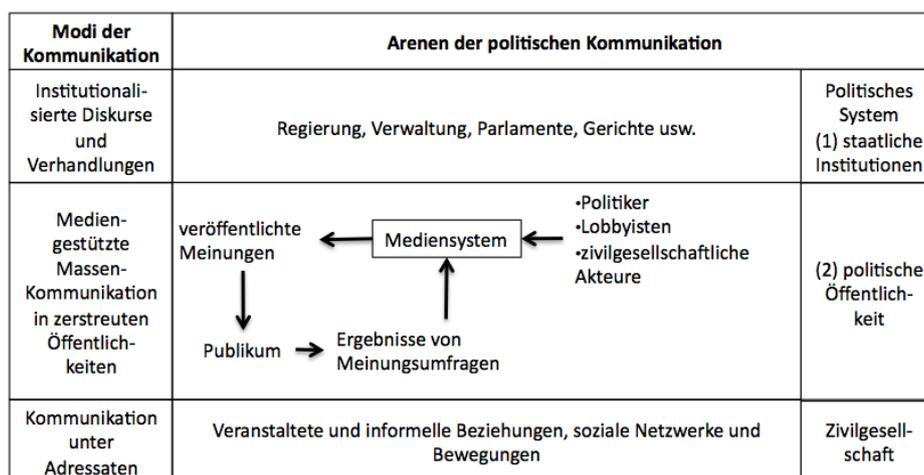


Abbildung 3.2: Arenen der politischen Kommunikation¹²⁸

Die reflektierte öffentliche Meinung ist das Eigenprodukt der Öffentlichkeit aus dem kommunikativen Kreislauf zwischen Zentrum und Peripherie. Sie entsteht

¹²⁶ Vgl. ebd.:162.

¹²⁷ Vgl. ebd.:163f.

¹²⁸ Ebd.:165, eigene Darstellung.

durch die Austauschprozesse zwischen Zivilgesellschaft¹²⁹, dem politischen System¹³⁰ und den gesellschaftlichen Funktionssystemen¹³¹ (vgl. Abbildung 3.3). All diese Akteure sind zusammen mit Journalisten an der Erzeugung öffentlicher Meinung beteiligt.¹³² In ihr äußern sich erfahrene Defizite verschiedener sozialer Gruppen, sie bildet ein Syndrom von Themen und Meinungen, die von den beteiligten Parteien intuitiv gewichtet werden:

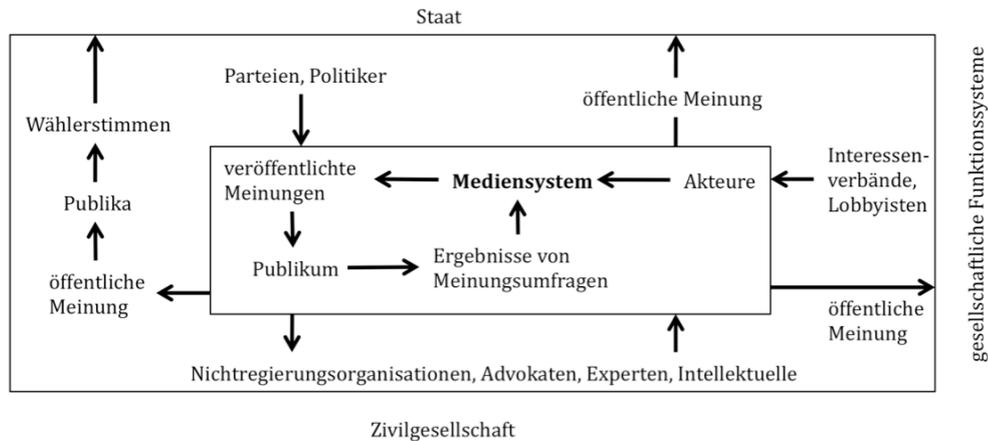


Abbildung 3.3: Öffentlichkeit - Inputs und Outputs¹³³

Insgesamt kann eine von Massenmedien beherrschte politische Öffentlichkeit unter günstigen Umständen reflektierte öffentliche Meinungen generieren. Die Einschränkung bezieht sich auf die Einwirkung illegitimer Machthaber auf die politische Öffentlichkeit, welche die Dynamik der Massenkommunikation so weit verzerren kann, dass die erforderlichen Informationen und jeweils relevanten Themen nicht mehr über die Schwelle der institutionalisierten Beratungs- und Entscheidungsprozesse kommen.¹³⁴ Diese Macht kann in drei Kategorien eingeteilt werden: politische Macht, welche der Legitimation bedarf aber auch legitimiert ist; soziale Macht, welche sich aus Positionen innerhalb gesellschaftlicher Funktionssysteme ableitet und nur transparent umgesetzt werden darf; und Medienmacht, welche sich auf die Technologie und Infrastruktur der Massenkommunikation stützt und funktional unabhängig sein muss.¹³⁵

Hierbei kommt im Rahmen dieser Arbeit vor allem der Medienmacht eine besondere Bedeutung zu. Durch Auswahl politisch relevanter Inhalte greift sie

¹²⁹ Z.B. Kirchen, Nichtregierungsorganisationen, Advokaten allgemeiner Interessen.

¹³⁰ Z.B. Politiker, politische Parteien.

¹³¹ Z.B. Verbände, Lobbyisten.

¹³² Vgl. HABERMAS 2008:170.

¹³³ Ebd.:171, eigene Darstellung.

¹³⁴ Vgl. ebd.:172.

¹³⁵ Vgl. ebd.:173ff.

automatisch in die Formierung öffentlicher Meinung ein. Bereits hier funktionieren Medien quasi wie ein Filter. Zusätzlich entscheiden Stil und Format einer Darstellung mit über das Maß der gewonnenen Aufmerksamkeit.

Dennoch gilt diese Medienmacht so lange als harmlos, wie Journalisten sie im Rahmen einer freien Presse und eines unabhängigen Mediensystems ausüben. Inwieweit dies im Zeitalter von Medienkonglomeraten noch gegeben ist, sei dahingestellt. In solch einem System muss vorausgesetzt werden, dass sich Medienschaffende einer kritischen Überprüfung unterziehen lassen. Wenn man in Betracht zieht, dass die Inhalte, die von Medienschaffenden distribuiert werden, zum Großteil aus dem politischen System und den Funktionssystemen kommen, wird klar, dass hier die Zivilgesellschaft zur Kontrollinstanz werden muss.

3.3 WEBLOGS, PUBLIZITÄT UND POLITISCHE MEINUNGSBILDUNG

Nach liberalen Maßstäben hätte eine verantwortliche Presse auf dem Wege eines intermedialen Austauschs mit den populären Zeitungen und den Fernsehstationen die breite Öffentlichkeit mit zuverlässigeren Informationen und zutreffenderen Interpretationen versorgen müssen.¹³⁶

HABERMAS' Einschätzung der Leistung der Presse im Fall der Berichterstattung zum zweiten Irakkrieg ist kein Einzelfall. Immer öfter schafft es die sogenannte vierte Gewalt entweder nur langsam, nicht in ausreichendem Maß oder gar nicht, auf gesellschaftlich relevante Themen hinzuweisen und noch wichtiger, die Gesellschaft zu aktivieren. Die neuen Medien, maßgeblich Web 2.0 Anwendungen, scheinen indes viel eher in der Lage zu sein, schnell über neue Themen zu berichten und ihre Nutzer zu aktivieren und zu animieren. Dies liegt natürlich auch in der Technologie des Internets an sich begründet, doch auch das Internet ist nur ein Mittel zur Motivation. Nicht das Internet motiviert Menschen per se, Menschen werden mit dem Internet motiviert. Auch in Deutschland haben Proteste ihre Wurzel im Internet, beispielsweise die Aktionen gegen die sogenannte Vorratsdatenspeicherung oder Online-Durchsuchungen.¹³⁷ Diese Proteste wurden nur von Bürgern initiiert, es standen keine Parteien oder Funktionäre hinter den Aktionen.

Verblüffend an dieser Entwicklung ist, dass eine Bewegung, die in den 90er Jahren noch eine in sich geschlossene „Cyberwelt“ war, welche mit dem realen Leben kaum etwas zu tun hatte, nun scheinbar an die Stelle der Wächter

¹³⁶ Ebd.:182, zur Berichterstattung über den zweiten Irakkrieg.

¹³⁷ Siehe zum Beispiel www.vorratsdatenspeicherung.de, die im Internet initiierten Aktionen der Gruppe *Anonymous* (@13) oder die Proteste gegen *FARC* (@14).

über den politischen Diskurs und wichtige gesellschaftliche Debatten getreten ist.

All diese Gruppen machen in zunehmendem Maße von ihrem Einfluss Gebrauch und sie nutzen dafür Weblogs und Social Media Dienste¹³⁸. Damit räumen Weblogs Themen, „die zwar im Interesse der Öffentlichkeit stehen, aber von Seiten der Presse unzureichend beachtet werden, die nötige Aufmerksamkeit ein“¹³⁹.

3.3.1 DIE NEUE FORM DER ÖFFENTLICHKEIT

Mit neuen Öffentlichkeiten in Weblogs beschäftigen sich auch SCHMIDT, FREES und FISCH, sie beschreiben die Auswirkungen von Weblogs auf massenmediale Kommunikation. Durch Weblogs sind die Hürden, eigene Inhalte zu publizieren, mit anderen zu bearbeiten und weiterzuverbreiten gesunken, wodurch immer mehr Nutzer selbst zu Produzenten werden.¹⁴⁰ Dadurch verändert sich die aktive Selektion, Bewertung und Verbreitung von Informationen aller Art, was neue Öffentlichkeiten entstehen lässt. Durch diese Entwicklung wächst der Personenkreis der aktiv an der Herstellung von Öffentlichkeiten beteiligt ist, und das Filtern und Publizieren als Leistung von Journalisten ist nicht länger exklusiv.¹⁴¹ Weblogs sind zwar noch kein Massenphänomen in Deutschland, die Entwicklung in anderen Ländern lässt eine Änderung dieses Zustands jedoch erwarten¹⁴². Obwohl Weblogs oft als Variante des „Online-Tagebuchs“ vorkommen erschaffen sie doch zumindest Teilöffentlichkeiten. In ihrer Form als kommentierte Linkliste, die Informationen filtert, ist die Wahrscheinlichkeit mehr als nur eine „persönliche Öffentlichkeit“ zu generieren, höher; sie kanalisieren die Aufmerksamkeit. Dies ist eine Eigenschaft, welche vorher den traditionellen Massenmedien zugesprochen wurde.

Durch Kommentare und wechselseitige Verweise (Trackbacks) sind Weblogs nicht isoliert, sondern Teil von Clustern miteinander verbundener Texte. Dadurch können thematisch zusammenhängende oder sich aufeinander beziehende Diskussionsbeiträge über unterschiedliche Angebote verteilt sein und erfordern nicht die Anwesenheit am selben virtuellen Ort.¹⁴³

¹³⁸ Unter Social Media Diensten oder auch Sozialen Netzwerken versteht man Internetangebote die auf die aktive Partizipation der Nutzer aufbauen. Vgl. SCHMIDT/FREES/FISCH 2009:56.

¹³⁹ SEEBER 2008:59.

¹⁴⁰ Vgl. SCHMIDT/FREES/FISCH 2009:50.

¹⁴¹ Vgl. ebd.

¹⁴² Siehe Kapitel 2.7.

¹⁴³ Vgl. SCHMIDT/FREES/FISCH 2009:52.

Obwohl die Blogosphäre an sich einem Leitbild der Dezentralität folgt, haben sich innerhalb der Blogosphäre hierarchische Strukturen herausgebildet, die sich in Zugriffen oder Verlinkungen von anderen Angeboten äußern. Damit erhält eine relativ kleine Anzahl von Weblogs vergleichsweise viel Aufmerksamkeit, während die Mehrzahl der Angebote nur ein kleines Publikum erreicht.¹⁴⁴ Im Allgemeinen werden diese sogenannten „A-Blogger“ in der Rezeption der Nutzer jedoch mit weiteren Special-Interest-Angeboten ergänzt, ob nun von Freunden, Verwandten oder Fachblogs.

Trotz immer wiederkehrender wechselseitiger Kritik [...] sind blogbasierte und redaktionell hergestellte Öffentlichkeiten keine sich ausschließenden Sphären, sondern vielmehr miteinander verzahnt.¹⁴⁵

Journalisten stehen in Blogs veröffentlichter Kritik zwar häufig skeptisch gegenüber, wenn sie diese denn überhaupt wahrnehmen,¹⁴⁶ dennoch können Blogs einen Beitrag zur journalistischen Qualitätssicherung leisten. Blogger greifen die journalistisch aufbereiteten Themen aus klassischen Medienangeboten auf, sie beziehen sich nicht nur auf sich selbst und leisten so ihren Beitrag zur Verbreitung eines für sie relevanten Themas. Durch die starke Vernetzung können sich Informationen relativ rasch verbreiten.

Diese Entwicklungen führen nicht automatisch dazu, dass eine Mehrheit der Internetnutzer zu aktiven Produzenten wird, doch der vergleichsweise geringe Anteil von aktiven Nutzern reicht aus, um eine vielfältige Landschaft von spezialisierten Öffentlichkeiten zu schaffen. In diesen werden „Wissens- und Kulturgüter bereitgestellt, verändert, bewertet und verbreitet“,¹⁴⁷ wodurch die Leistungen des Journalismus durch ein aktives Publikum ergänzt werden.

3.3.2 WEBLOGS ALS TEIL DER POLITISCHEN MEINUNGSBILDUNG

Zum Thema Web 2.0 und Weblogs ist bereits viel geforscht worden. Allen voran sei hier SEEBERS Arbeit zum Thema des „emanzipatorischen Mediengebrauch von Weblogs“ erwähnt. Seine Ergebnisse bestätigen, dass

dem Medium Weblog nicht nur ein emanzipatorisches Potenzial immanent ist, sondern dass dieses Medium [...] praktisch zu einem emanzipatorischen Gebrauch durch seine Nutzer führt.¹⁴⁸

Damit dienen Weblogs der Vernetzung zivilgesellschaftlicher Gruppen und werden von ihren Rezipienten durchaus als ernstzunehmende Alternative zum

¹⁴⁴ Vgl. ebd.

¹⁴⁵ Ebd.

¹⁴⁶ Vgl. ebd.

¹⁴⁷ Ebd.:57.

¹⁴⁸ Ebd.:101.

klassischen Medienkonsum wahrgenommen¹⁴⁹: „sie bieten einen Resonanzraum, in welchem Themen entstehen, verbreitet [werden] und Eingang in den Nachrichtenraum klassischer Medienangebote finden.“¹⁵⁰

Dieser emanzipatorische Mediengebrauch, vor allem in Hinblick auf die Entwicklung eines öffentlichen Diskurses, wird auch von FRAAS/BARCZOK thematisiert. Weblogs schließen für sie an öffentliche Diskurse an und eröffnen neue Dimensionen der Online-Kommunikation. Vor allem jedoch „entgrenzen [Weblogs] traditionelle Diskurspraktiken, indem sie individuelles Handeln und soziale Strukturen von Öffentlichkeit in ihrer gegenseitigen Abhängigkeit transzendieren“¹⁵¹. Gerade dieser Aspekt des medialen Diskurses ist von besonderer Bedeutung für diese Arbeit. Oder wie es FRAAS/BARCZOK weiter ausdrücken:

Sie [Weblogs] 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 erhöhen die Partizipation und Kompetenz des Publikums, ermöglichen eine vielfältigere Darstellung der unterschiedlichen Perspektiven und stellen Artikulationschancen für alle bereit.¹⁵²

Dass Weblogs auch in Deutschland nicht länger nur „private Tagebücher“ darstellen und tatsächlich als Mittel zum politischen Diskurs dienen können, beschreibt COENEN:

Mittlerweile hat sich das Blogging auch in Deutschland von einer wenig beachteten netzkulturellen Praxis zu einem Gegenstand massenmedialen Interesses entwickelt. Dabei erfahren deutsche politische Weblogs und generell politische Aspekte dieses Online-Kommunikationsformats verstärkt Beachtung.¹⁵³

Die Bedeutung, die Weblogs für die politische Meinungsbildung haben, scheint sich zu verstärken und zu einer wichtigen Größe zu werden. In Amerika haben Weblogs bereits vor Jahren eine Debatte ausgelöst und vor allem durch sogenannte „Warblogs“ und durch die Nutzung von Weblogs im letzten Präsidentschaftswahlkampf erheblich an Bedeutung gewonnen.¹⁵⁴ So be-

¹⁴⁹ Vgl. Ebd.

¹⁵⁰ Ebd.:102.

¹⁵¹ FRAAS, CLAUDIA / BARCZOK, ACHIM: *Intermedialität – Transmedialität. Weblogs im öffentlichen Diskurs*, in: ANDROUTSOPOULOS, JANNIS ET AL (Hgg.): *Neuere Entwicklungen in der Internetforschung. Germanistische Linguistik*, o.O. 2006, S.1-34, hier S. 8.

¹⁵² Ebd.:8f.

¹⁵³ COENEN, CHRISTOPHER: *Weblogs als Mittel der Kommunikation zwischen Politik und Bürgern. Neue Chancen für E-Demokratie?*, in: SCHMIDT, JAN / SCHÖNBERGER, KLAUS / STEGBAUER, CHRISTIAN (Hgg.): *Erkundungen des Bloggens. Sozialwissenschaftliche Ansätze und Perspektiven der Weblogforschung*. Sonderausgabe von kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, o.O. 2005, S. 1.

¹⁵⁴ Vgl. ebd.:1.

zeichnet COENEN Weblogs als ein Mittel zur E-Demokratie und die Ziele und Hoffnungen, die in den Online-Dialog, nicht zuletzt durch Weblogs, gesetzt werden, könnten nicht hehrer sein:

Zu nennen sind hier die Förderung bürgerschaftlicher und zivilgesellschaftlicher Deliberation politischer Themen und politischer Öffentlichkeit durch Internetnutzung („Netzöffentlichkeit“), ein Zuwachs an Transparenz politischer Prozesse durch Netzöffentlichkeit und ein intensiverer Austausch zwischen Politikern und Bürgern.¹⁵⁵

Diese Zielvorgaben für Weblogs als ein Mittel der E-Demokratie speisen sich nicht zuletzt aus der Einstellung dass

Informations- und Kommunikationsangebote, die im Netz von Einzelpersonen ohne journalistische Ausbildung und politische Funktion gemacht werden, eine Herausforderung für politischen Journalismus und die etablierten Massenmedien insgesamt darstellen und tendenziell die Strukturen von Öffentlichkeit verändern.¹⁵⁶

3.3.3 ZUM VERHÄLTNIS VON WEBLOGS UND JOURNALISMUS

NEUBERGER/NUERNBERGK/RISCHKES Arbeit beschäftigt sich explizit mit dem Verhältnis von Weblogs und. Sie fanden heraus, dass sich Selbst- und Fremdbild von Bloggern weitestgehend decken, sowie sich Selbst- und Fremdbild von Journalisten weitestgehend decken. Dabei werden Bloggern vor allem Stärken wie *Meinungsfreude*, *Subjektivität*, *Unterhaltsamkeit* und *Aktualität* zugeschrieben, während dem Journalismus angerechnet wurde, dass er *neutraler berichtet*, *Themen tiefer behandelt* und eher für *Relevanz* und *Richtigkeit* von Informationen bürgen kann.¹⁵⁷

Die Themenwahl in Blogs ist sehr heterogen, ein Großteil der Blogger begnügt sich mit der Kommentierung und Kompilation fremder Quellen, wobei journalistische Auswahlkriterien nur teilweise eine Rolle spielen. Dennoch existiert eine hohe Akzeptanz journalistischer Normen, 35% der Blogger überprüfen häufig Fakten und verweisen durch Links auf Originalquellen, 11% korrigieren im Nachhinein noch Fehler.¹⁵⁸

Unter den Rezipienten sind vor allem themenspezifische und journalistische Weblogs beliebt, hierbei liegen die Themen Computer/Internet, Nachrichten und Politik in der Gunst der Leser.¹⁵⁹ Vor allem Exklusivität von Informationen,

¹⁵⁵ Ebd.:4.

¹⁵⁶ Ebd.:2.

¹⁵⁷ Vgl. NEUBERGER/NUERNBERGK/RISCHKE 2007:103.

¹⁵⁸ Vgl. ebd.:106.

¹⁵⁹ Vgl. ebd.:105.

die „bessere Perspektive“, die Geschwindigkeit, mehr Ehrlichkeit und die „transparente Einseitigkeit“ sind Vorzüge von Weblogs.¹⁶⁰

Für Journalisten sind Weblogs vorrangig ein Ort, an dem die Kommunikation des Publikums über die Berichterstattung der Massenmedien stattfindet, und eine Quelle, die der Journalismus nutzen kann.¹⁶¹ So nutzen rund die Hälfte (51%) der Journalisten Weblogs regelmäßig, meist für die Suche nach Themenideen (53%), Bestätigung von Fakten (43%), Quellensuche (36%) und für das Entdecken von „breaking news“ und Skandalen (33%).¹⁶² Die stärkste Nutzung durch Journalisten findet sich also bei der Themensuche¹⁶³ wodurch bereits Agenda-Setting Potenzial gegeben ist.

Für NEUBERGER/NUERNBERGK/RISCHKE sind Weblogs nicht zwingend eine Konkurrenz für den Journalismus, sondern eher ein komplementäres Medium mit geringen publizistischen Wirkungen (Agenda Setting, Skandalisierung, Meinungsbeeinflussung).¹⁶⁴ Dennoch beschreiben sie Weblogs als Resonanzraum der Massenmedien, in dem die Anschlusskommunikation des Publikums stattfindet.

4 UNTERSUCHUNG DER BERICHTERSTATTUNG

4.1 EIN MODELL INTERAKTIVER AGENDA-SETTING-PROZESSE

Die Erläuterungen in Kapitel 3 veranschaulichen sowohl die Komplexität der einzelnen Themengebiete als auch die Uneinigkeit, die in wissenschaftlichen Kreisen über Wirkung (Agenda-Setting-Hypothese), Funktionsweise und Auswirkungen (Weblogs) herrscht. Im Folgenden soll eine Zusammenführung der vorgestellten Theorien die Grundlage für die Thesenentwicklung und die darauffolgende Untersuchung bilden.

Nach HABERMAS sind es vor allem das politische System und die Funktionssysteme, die den Diskurs der Öffentlichkeit bestimmen. Deswegen ist eine Kontrollinstanz aus der Zivilgesellschaft nötig, jedoch aufgrund des Public Ignorance Modells nicht realistisch. Hier erkennt HABERMAS das Potenzial welches in den neuen Infrastrukturen des Internet steckt nicht. Zwar erkennt er an, dass das Internet in „gewissem Maß“ die Asymmetrie der Kommunikation auf-

¹⁶⁰ Vgl. ebd.:107.

¹⁶¹ Vgl. ebd.:109.

¹⁶² Vgl. ebd.

¹⁶³ Vgl. ebd.:110.

¹⁶⁴ Vgl. ebd.

hebt und Interaktion möglich macht, doch die Reichweite dieser Entwicklung scheint ihm verborgen zu bleiben. Während im Web 1.0¹⁶⁵ seine Einschätzung noch durchaus berechtigt gewesen wäre, ist sie in Zeiten von User Generated Content, Social Media und Watchblogs zu kurz ge-griffen. Wie in Kapitel 3.3 ausführlich beschrieben wurde, haben Weblogs das Potenzial zivilgesellschaftliche Gruppen zu vernetzen, und werden von ihren Rezipienten durchaus als Alternative zum klassischen Medienkonsum wahrgenommen. Durch diese neu geschaffenen funktionalen Elemente (Weblogs wirken als Informationsfilter) ist es ihnen möglich, Botschaften in HABERMAS' Sinn wieder aufzufangen,¹⁶⁶ und fördern somit die deliberative Demokratie. Diese neue, interaktive und symmetrische Struktur macht aus den vormals passiven Konsumenten wieder aktive Diskursteilnehmer.

Diese Entwicklung führt auch dazu, dass EICHHORNS passives Publikum verwandelt wird. Ursprünglich ist für ihn das aktive Publikum eine Gruppe, die durch die enge interpersonale Verknüpfung zu Interessengruppen, Medien und Politik bestimmt ist. Diese Gruppe interagiert mit den politischen Akteuren und den Interessengruppen und wirkt so als Teil des Elite-Publikums auf Massenmedien und passives Publikum ein. Das passive Publikum hat im Gegensatz dazu nur durch die Rezeption von Massenmedien und deren Diskussion Anteil am Prozess der Entstehung öffentlicher Meinung – also de facto nur als latentes Rauschen.

Dieses asymmetrische Verhältnis ändert sich nun mit den Möglichkeiten, ohne großen Aufwand seine eigene Meinung und Agenda zu veröffentlichen. Die Öffentlichkeit fungiert wieder eher als intermediäres System, das zu einem interaktiven Diskurs führt: die zivilgesellschaftliche Kontrollinstanz hat sich im Internet herausgebildet – in Form von Weblogs. Diese geben sich nicht nur damit zufrieden, das aktuelle Geschehen, wie es ihnen von den Massenmedien diktiert wird, zu kommentieren,¹⁶⁷ sondern schaffen ihre eigene Agenda. Wird ein Issue von der Presse nicht genügend gewürdigt, so springen Weblog-Betreiber ein und schaffen in ihrem Umkreis Aufmerksamkeit. Der so geschaffene Resonanzraum macht es möglich, dass so entstandene Issues verbreitet werden und Eingang in den Nachrichtenraum klassischer Medien finden.

¹⁶⁵ Der „Vorläufer“ des Web 2.0, welches noch auf einseitige Sender-Empfänger Kommunikation aufbaute.

¹⁶⁶ Vgl. HABERMAS 2008:162.

¹⁶⁷ Wie es bereits zuvor, zum Beispiel durch Leserbriefe in Tageszeitungen, geschehen ist.

Auch NEUBERGER/NUERNBERGK/RISCHKES Einschätzung scheint aus heutigem Blickwinkel unzureichend: Ein Resonanzraum, in dem die Massenmedien durch das Publikum analysiert werden, kann ohne weiteres auch zum Ursprung von publizistischen Wirkungen werden vor allem, wenn dieser Resonanzraum nicht mit der „Meinung“ der Massenmedien konform geht.

Damit hat das Internet nicht nur in totalitären Regimes, wie HABERMAS ausführt, sondern auch in demokratischen Gesellschaften eine deliberative Funktion: Sie verstärken die Interaktion, zwingen zur Auseinandersetzung und verringern die asymmetrische Verteilung der Informationsmacht.

Dadurch wird eine neue Schematisierung von HABERMAS' *Inputs und Outputs der Öffentlichkeit*¹⁶⁸ und EICHHORNS' *Gesellschaftlichem Modell der Themenstrukturierung*¹⁶⁹ notwendig.

Das Modell folgt EICHHORNS Einteilung der Öffentlichkeit in Gruppen, welche jedoch nicht als Subsysteme der Öffentlichkeit verstanden werden, sondern als Akteure in den Arenen der politischen Kommunikation¹⁷⁰. Diese Arenen werden in drei Gruppen aufgegliedert, welche von fünf verschiedenen Prozessen beeinflusst werden (vgl. Abbildung 4.1).

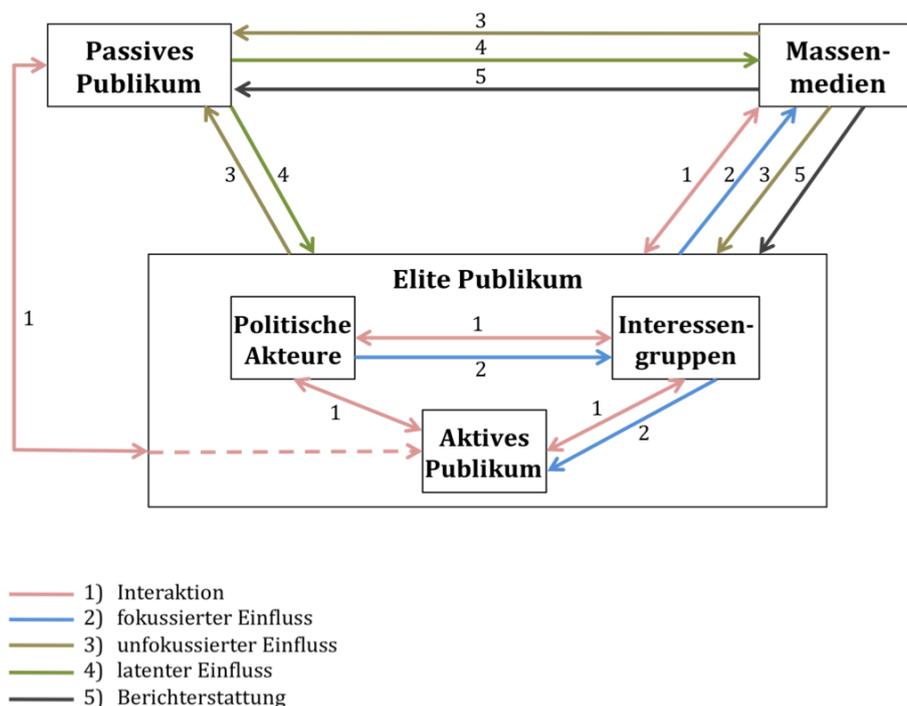


Abbildung 4.1: Modell interaktiver Agenda-Setting-Prozesse

¹⁶⁸ Siehe Kapitel 3.2.2. sowie HABERMAS 2008:171.

¹⁶⁹ Siehe Kapitel 3.1.3. sowie EICHHORN 2005:153.

¹⁷⁰ Hier HABERMAS folgend, vergleiche Kapitel 3.2.2.

Der Einfluss dieser Prozesse bezieht sich hier auf den „Einfluss auf die Themenstruktur“:

1. Interaktive Prozesse finden zwischen Akteuren statt, die miteinander direkt oder durch technische Infrastruktur kommunizieren können. Sie sind durch soziale Legitimation oder über wirtschaftliche oder soziale Macht dazu befähigt. Auch ein Akteur, der eine kritische Menge der Gesellschaft erreicht und damit Öffentlichkeit schafft, ist zu diesen interaktiven Prozessen legitimiert.¹⁷¹
2. Fokussierte Einflussprozesse sind Handlungen, die intentional auf Institutionen gerichtet sind. Sie gehen von organisierten Gruppen aus (zum Beispiel PR-Maßnahmen oder informelle Beeinflussungsversuche).
3. Unfokussierte Einflussprozesse richten sich nicht an spezifische Publika, sondern an ein Massenpublikum oder dessen Teilpublika (zum Beispiel Veröffentlichungen der Massenmedien oder Massenveranstaltungen). Ihre Öffentlichkeit grenzt sie von fokussierten Prozessen ab.
4. Latenter Einfluss geht von der Gesellschaft als Ganzes aus. Dieser Einfluss ist nicht intentional oder organisiert und nutzt kein Medium über das Einfluss vermittelt werden kann. „Die Aktivität liegt auf der Seite derjenigen, die beeinflusst werden, bspw. wenn Politiker über Umfragen die Bevölkerungsmeinung feststellen wollen.“¹⁷²
5. Die Berichterstattung ist die wesentliche Aufgabe der Massenmedien und bezeichnet die mediale Rekonstruktion der Umwelt mit dem Ziel eines gesellschaftlichen Diskurses. Die Aktivität geht hier von den Massenmedien aus. Aufgrund der asymmetrischen Informationsverteilung kann hier nicht (wie bei EICHHORN) davon geredet werden, dass eine Rückkopplung stattfindet, der Prozess ist einseitig.

Diese Prozesse finden unter drei Gruppen von Akteuren statt: Dem Elite Publikum, dem passiven Publikum und den Massenmedien.

Das *Elite Publikum* als Ganzes bildet hierbei die Gruppe für politische Akteure, Interessengruppen und aktives Publikum. Diese sind analog zu EICHHORN zu verstehen. Beeinflusst wird das Elitepublikum durch seine Interaktion mit den

¹⁷¹ Hier unterscheidet sich das Modell von EICHHORN, für ihn spielen nur soziale oder wirtschaftliche Macht sowie soziale Legitimation eine Rolle. Vgl. EICHHORN 2005:155.

¹⁷² Ebd.:156.

Massenmedien.¹⁷³ Es übt auch einen fokussierten Einfluss auf die Massenmedien aus und wird wechselseitig wiederum durch den unfokussierten Einfluss von den Massenmedien beeinflusst, da durch deren allgemeine Präsenz entsteht. Direkter geschieht dieser Einfluss durch die Berichterstattung. Zwischen Elite Publikum und passivem Publikum bestehen laut EICHHORN nur ein latenter und ein unfokussierter Einfluss. Dieser wird in diesem Modell jedoch noch durch Interaktion ergänzt: Neue Medienformate machen die Generierung von Öffentlichkeit möglich und damit den direkten Kontakt zwischen dem Elite- und dem passiven Publikum.

Der Begriff *Politische Akteure* bezeichnet das politische System, hierzu gehören staatliche Institutionen und Vertreter von Exekutive und Legislative. Ihre Hauptaufgabe liegt in der Realisierung von gesellschaftlichen Zielvorstellungen, welche idealer Weise durch einen Diskurs entstehen. Sie befinden sich in einer engen Interaktion mit Interessengruppen und dem aktiven Publikum und wirken fokussiert auf Interessengruppen ein.

Interessengruppen wirken auf gesellschaftlicher Ebene als Komplexitätsreduktoren, welche Partikularinteressen in der Gesellschaft fokussieren. Sie suchen in der Regel die öffentliche Aufmerksamkeit nur dann, wenn sie ihnen dazu dienen kann, Issues auf die politische Agenda zu bringen. Um in der öffentlichen Diskussion als legitimer Gesprächspartner auftreten zu können, stellen sie organisatorische Einheiten her, deren Ziel es ist, Gruppeninteressen durchzusetzen. In diesem Prozess können aufgrund von Ressourcenknappheit auch Konflikte auftreten welche in der Regel durch Leistungen von Seiten des politischen Systems beigelegt werden. Hierzu können alle organisierten Gruppen, welche nicht im engeren Sinn zum politischen System gehören, gerechnet werden.

Das *aktive Publikum* hat enge interpersonale Kontakte zu Interessengruppen, Medien und Politik, ist jedoch nicht in organisierte Einheiten unterteilt oder stellt eine „Gruppe“ dar; die Mitgliedschaft definiert sich rein über die aktive Teilhabe an der Entstehung öffentlicher Meinung.

Das *passive Publikum* hat durch die Rezeption von Massenmedien und durch deren Diskussion in informellen Beziehungen der Zivilgesellschaft Teil am Prozess der Entstehung öffentlicher Meinung. Es wird im Allgemeinen durch unfokussierten und latenten Einfluss von den Massenmedien und dem Elite

¹⁷³ Beispielsweise durch Pressekonferenzen, Interviews, Insider-Kontakte.

Publikum beeinflusst, sowie durch die Berichterstattung von den Massenmedien. Es erhält in der Regel nur „statistische“ Bedeutung als Träger der Bevölkerungsmeynung und bleibt politisch passiv. Diese Passivität liegt auch begründet in der fehlenden Infrastruktur zur Meinungsäußerung, namentlich in den asymmetrischen Eigenschaften der modernen medialen Massenkommunikation. Dies hat sich durch die Entwicklung der neuen Kommunikationsinfrastrukturen im Internet geändert, und begründet die Interaktion zwischen dem passiven und dem aktiven Publikum: Die Möglichkeit, eigene Issues auf die politische Agenda zu bringen, wird durch die neuen Infrastrukturen begünstigt und macht aus eigentlich defragmentierten Öffentlichkeiten wieder eine zivilgesellschaftliche Kontrollinstanz.

Zur Hauptfunktion der *Massenmedien* gehört die Komplexitätsreduktion und Herstellung einer medialen Realität zur Information und zur sozialen Orientierung. „Medienrealität ist ein kollektives Produkt, dessen Eigenschaften von den beteiligten Individuen, Organisationen und deren Interaktionen sowie von der Interaktion mit der Umwelt bestimmt werden.“¹⁷⁴ Sowohl auf individueller als auch auf organisatorischer Ebene sind Massenmedien mit anderen Bereichen der Gesellschaft verknüpft. Massenmedien können in mehrere Untergruppen aufgeteilt werden, die zum Teil unterschiedliche Funktionen ausüben (Nachrichtenagenturen, Zeitungen, Fernsehen und andere).

All diese Akteure erfüllen verschiedene Funktionen für den Themenstrukturierungsprozess:

- *Definition von Issues:* Hier findet eine Kommunikation von der Peripherie der Öffentlichkeit und ihrem Zentrum statt, das gesellschaftliche Themen definiert und zu Issues macht. Dadurch werden zentrale gesellschaftliche Objekte des Diskurses von peripheren Objekten abgegrenzt. Das Resultat ist ein kognitives Schema, welches die Kommunikation über das Issue erleichtert und seine Wahrnehmung determiniert. An der Definition sind alle Akteure beteiligt, sie unterliegt einem ständigen Wandel durch den gesellschaftlichen Diskurs.
- *Synthese von Themenstrukturen:* Sie betrifft die gesamte Themenstruktur, durch das Setzen von Prioritäten und die Verknüpfung von einzelnen Issues zu größeren Strukturen, die als Identifikationsbasis dienen können werden Themenstrukturen zusammengeführt. Hierzu

¹⁷⁴ EICHHORN 2005:154.

gehört traditionell die Aufmerksamkeit der Massenmedien, das Ausmaß der Mobilisierung der aktiven Bevölkerung, die Resonanz des breiten Publikums¹⁷⁵ und das Potenzial zur Aktivierung von passiven Bevölkerungsgruppen aufgrund der gesellschaftlichen Bedeutung.

- *Vermittlung zwischen individuellen und kollektiven Strukturen:* Aufgrund unterschiedlicher kognitiver Schemata lassen sich Themenstrukturierungsprozesse von zwei Seiten her betrachten: „den Eigenschaften des sozialen bzw. kulturellen Systems, in dem sie ablaufen, und den gemeinsamen Eigenschaften der Akteure, die in diesem System tätig sind.“¹⁷⁶ Themenstrukturierungsprozesse tragen also dazu bei, zwischen den kognitiven Schemata der verschiedenen Akteure in einem ständigen Prozess zu vermitteln, indem sie die individuelle Erfahrung in eine symbolische Umwelt einbetten und somit kulturell definieren und abgrenzen, für andere erfahrbar machen.

4.2 THESENENTWICKLUNG

Im vorangegangenen Abschnitt wurde EICHHORNS Modell für gesellschaftliche Themenstrukturierungsprozesse um die interaktive und symmetrische Komponente der Neuen Medien erweitert und somit auch um eine stärker diskurstheoretische Komponente. Daraus ergab sich das *Modell interaktiver Agenda-Setting-Prozesse*. Hieraus leitet sich auch die Hauptthese der vorliegenden Arbeit ab:

Die Möglichkeiten der Blogosphäre aktivieren einen Teil des passiven Publikums und ermöglichen damit eine Partizipation der Zivilgesellschaft als kritische Kontrollinstanz.

Hierbei ist mit „Möglichkeiten der Blogosphäre“ die Funktion von Weblogs als publizistisches Werkzeug gemeint, das öffentliche Interesse, das durch Weblogs geschaffen werden kann und vor allem durch ein Kernmerkmal von Blogs – die Verlinkungen untereinander – verstärkt wird. Hierauf wurde in Kapitel 3.3. ausführlich eingegangen. Die kritische Kontrollinstanz ist im Sinne HABERMAS' zu verstehen (siehe Kapitel 3.2.2.), im Rahmen dieser Arbeit vor allem die Funktion von Weblogs als Agenda-Setter. Die Aktivierung eines Teils des passiven Publikums geschieht durch die soziale Komponente: durch

¹⁷⁵ Vgl. ebd.:155.

¹⁷⁶ Ebd.

Verlinkung und Weiterleitung über Social Media Dienste¹⁷⁷ wird das passive Publikum zum Informationsfilter, das Informationen in den eigenen Netzwerken weitergibt – sowohl online als auch „offline“.

Diese These soll anhand der Berichterstattung in Weblogs und in Zeitungen zum Gesetz zur Bekämpfung von Kinderpornographie in Kommunikationsnetzen überprüft werden. Im ersten Kapitel wurde bereits dargelegt, wie sich das sogenannte „Zugangerschwerungsgesetz“ entwickelt hat, was es beinhaltet, welche Kritikpunkte vorliegen und welche dieser Kritikpunkte im finalen Gesetzesbeschluss beachtet wurden. Es wird davon ausgegangen, dass Weblogs in diesem speziellen Fall als „fünfte Gewalt“¹⁷⁸ fungiert haben und das Publikum faktenreich, wahrhaftig und sorgfältig informiert haben. Da Subjektivität eines der Kernmerkmale von Weblogs ist, erwartet man keine neutrale Berichterstattung von Weblogs.

Um die These angemessen überprüfen zu können, wurden vier Unterthesen gebildet:

1. In Weblogs fand eine Entemotionalisierung des Themas statt.

Diese Unterthese soll durch die Wortverwendungshäufigkeit von emotionalen, sachlichen und neutralen Begriffen im Rahmen der Berichterstattung überprüft werden.

2. Eine facettenreiche Berichterstattung fand in Weblogs statt.

Durch den Vergleich von Informationsquellen soll diese These überprüft werden. Dafür wird das Verhältnis zwischen genannten politischen und externen Quellen in Weblogs und Zeitungen untersucht.

3. In Zeitungen wurde dem Issue kaum Beachtung geschenkt.

Diese Unterthese soll durch die Auswertung der Platzierung und des Umfangs der Artikel überprüft werden.

4. Weblogs haben als Agenda-Setter für Zeitungen fungiert.

Der zeitliche Verlauf der Berichterstattung in Weblogs und in Zeitungen wird miteinander verglichen, sowie die Übernahme von Begrifflichkeiten aus Weblogs in die „klassische“ Berichterstattung.

¹⁷⁷ Zum Beispiel Twitter, Facebook, StudiVZ.

¹⁷⁸ Hier als Synonym zur *kritischen Kontrollinstanz* verstanden.

Sollten mindestens drei dieser Thesen belegt werden können, so gilt die Hauptthese als belegt.

4.3 FORSCHUNGSDESIGN

Um die im vorangegangenen Abschnitt aufgestellten Thesen falsifizieren zu können, wurde zunächst ein Untersuchungszeitraum festgelegt. Dieser umschließt den Zeitraum von zwei Wochen vor und nach der E-Petition. Damit wurde gewährleistet, dass sowohl die Einbringung des Gesetzesentwurfs als auch die E-Petition von der Untersuchung erfasst sind. Zusätzlich wird auch die erste Welle von Berichten nach den Vereinbarungen mit den Internetprovidern vom 17.04.2009 dadurch berücksichtigt. Der Zeitraum für die Untersuchung erstreckte sich also vom 21.04.2009 bis zum 19.05.2009.

Als Methode wurde eine quantitative, empirische Datenerhebung in Form einer Inhaltsanalyse gewählt.¹⁷⁹ Diese Inhaltsanalyse stützt sich auf die Auswertung der Verwendungshäufigkeiten verschiedener Begriffe in den untersuchten Artikeln und Blog-Posts. Kombiniert wurde diese Art der linguistischen Analyse mit der Beobachtung der zeitlichen Verteilung der einzelnen Beiträge und der Überprüfung, ob einzelne Begriffe aus der Verwendung in Weblogs in die Berichterstattung der Zeitungen übergangen. Die genaue Auflistung der untersuchten Begriffe sind dem Anhang (Codebuch) zu entnehmen.

Das Issue „Zugangerschwerungsgesetz“ wird nach NEUMANN als Krise eingeordnet, denn es ist zeitlich begrenzt und betrifft die vitalen Interessen der deutschen Gesellschaft¹⁸⁰. Es soll der Kategorisierung nach ATWATER, SALWEN UND ANDERSON gefolgt werden, wonach die *Perceived Media Salience* die wahrgenommene Salience eines Issues in den Medien bezeichnet.

Die Auswahl der zu untersuchenden Printmedien fand aufgrund der Kriterien der *Überregionalität* und der *Auflage*¹⁸¹ statt. Es wurde zusätzlich darauf geachtet, dass die thematische Einordnung der Zeitschriften zur Kategorie des Issues – Politik – passt. Daraus ergaben sich die drei Tageszeitungen *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung* und *DIE WELT*:¹⁸²

- *Frankfurter Allgemeine Zeitung* mit einer Gesamtauflage von 395.303 Exemplaren (Montag - Samstag)

¹⁷⁹ Vgl. weiterführend BROSIUS, HANS-BERND / KOSCHEL, FRIEDERIKE: *Empirische Methoden der Kommunikationsforschung*, Wiesbaden 2003.

¹⁸⁰ Vgl. NEUMANN 1990:167ff.

¹⁸¹ Vgl. IVW 2009.

¹⁸² Im Folgenden abgekürzt mit FAZ für *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, SZ für die *Süddeutsche Zeitung* und Welt für *DIE WELT*.

- *Süddeutsche Zeitung* mit einer Gesamtauflage von 457.361 Exemplaren (Montag - Samstag)
- *DIE WELT* mit einer Gesamtauflage von 693.023 Exemplaren (Montag – Freitag und Sonntag)

Die wöchentlich erscheinenden Periodika wurden nach den gleichen Kriterien ausgesucht. Die Wahl fiel auf *DIE ZEIT*, *DER SPIEGEL* und den *FOCUS*:

- *DIE ZEIT* mit einer Gesamtauflage von 518.231 Exemplaren
- *DER SPIEGEL* mit einer Gesamtauflage von 937.224 Exemplaren
- Der *FOCUS* mit einer Gesamtauflage von 668.760 Exemplaren

Zusätzlich konnte durch diese Auswahl eine ungefähre Abbildung der politischen Strömungen in Deutschland erreicht werden.

Die Auswahl der Zeitungsartikel fand durch eine Recherche im Pressesuchdienst *Genios*¹⁸³ statt. Daraufhin wurde die entsprechende Ergebnisliste nochmals manuell mit Hilfe der einzelnen Zeitungsarchive überprüft. Obwohl alle untersuchten Printmedien einen eigenen Onlineauftritt haben, wurde darauf verzichtet, Artikel die nur online erschienen, auch zu untersuchen. Die Aktualität, die Onlineauftritten zu Grunde liegt, hätte den tatsächlichen Umfang der Berichterstattung im Untersuchungszeitraum verzerrt. Es sollte eine klare Trennung zwischen Online- und Printpublikation stattfinden, was somit gewährleistet werden konnte.

Die untersuchten Weblogs wurden mit Hilfe der *Deutschen Blogcharts*¹⁸⁴ ermittelt. Diese ermitteln eine Rangliste deutscher Weblogs auf Basis der Anzahl der Trackbacks und Verlinkungen, die ein Blog erhält. Da in dieser Arbeit davon ausgegangen wird, dass eben diese Verlinkungen dazu führen, dass Weblogs eine kritische Masse an Menschen erreichen können, wurde diese Methode zur Ranglisten-Erstellung als geeignet anerkannt. Die ausgewählten Blogs, *Spreeblick*¹⁸⁵, *Nerdcore*¹⁸⁶ und *Netzpolitik.org*¹⁸⁷ sind hierbei die drei Blogs, welche bereits seit Ende 2008 die ersten drei Ranglistenplätze unter sich ausmachen (vgl. Abbildung 4.2).

¹⁸³ www.genios.de

¹⁸⁴ www.deutscheblogcharts.de

¹⁸⁵ www.spreeblick.com

¹⁸⁶ www.nerdcore.de

¹⁸⁷ www.netzpolitik.org

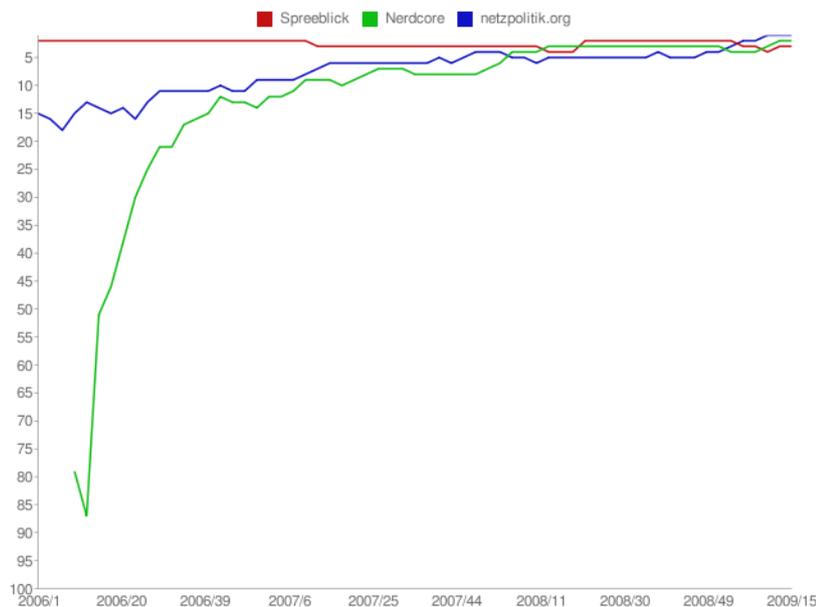


Abbildung 4.2: Positionierung der untersuchten Weblogs in den deutschen Blogcharts¹⁸⁸

Die einzelnen Blogs beschäftigen sich mit unterschiedlichen Themengebieten, und bieten so ein ausgewogenes Interessenspektrum:

- Auf *Spreeblick* berichtet eine kleine Gruppe von Autoren über „Pop, Politik, Produkte und Positionen“¹⁸⁹. Betrieben wird es von der eigens gegründeten *Spreeblick Verlags KG*, nachdem Initiator Johnny Häusler durch die Aufdeckung von zweifelhaftem Geschäftspraktiken beim Unternehmen *Jamba* zu einer Blogger-Ikone wurde.¹⁹⁰
- Das Blog *Nerdcore* wird von René Walter geführt und beschäftigt sich mit den Themen „Design, Games, Movies, Music, Stories, Links und so“¹⁹¹.
- Auf dem Blog *Netzpolitik.org* wird hauptsächlich von Markus Beckendahl über „politische, gesellschaftliche, technische und kulturelle Fragestellungen auf dem Weg in eine digitale Gesellschaft“¹⁹² geschrieben. Es wird durch Markus Beckendahls Unternehmen *newthinking communications* betrieben.

¹⁸⁸ www.deutscheblogcharts.de

¹⁸⁹ Kategorien von www.spreeblick.com

¹⁹⁰ Vgl. STÖCKER, CHRISTIAN: *PR-Problem für Klingeltonhändler. Blogger heizen Jamba ein*, in: *DER SPIEGEL*, 05.01.2005, @15.

¹⁹¹ Kategorien von www.nerdcore.de

¹⁹² www.netzpolitik.org/about-this-blog/

4.4 ÜBERSICHT ÜBER DIE BERICHTERSTATTUNG

Im untersuchten Zeitraum vom 21.04.2009 bis zum 19.05.2009 wurden in den sechs untersuchten Zeitungen insgesamt 18 Artikel zum *Zugangerschwerungsgesetz* veröffentlicht. In den drei untersuchten wöchentlich erscheinenden Publika fand im Untersuchungszeitraum keine Berichterstattung statt.¹⁹³ In Weblogs wurden zu dem Thema 45 Posts veröffentlicht. Aufgrund der Aktualität von Weblogs war zu erwarten, dass mehr Blog-Posts als Artikel veröffentlicht wurden.¹⁹⁴ Im Durchschnitt erschienen in Zeitungen 4,5 Beiträge pro Woche, in Weblogs waren es 11,25 (Abbildung 4.3).

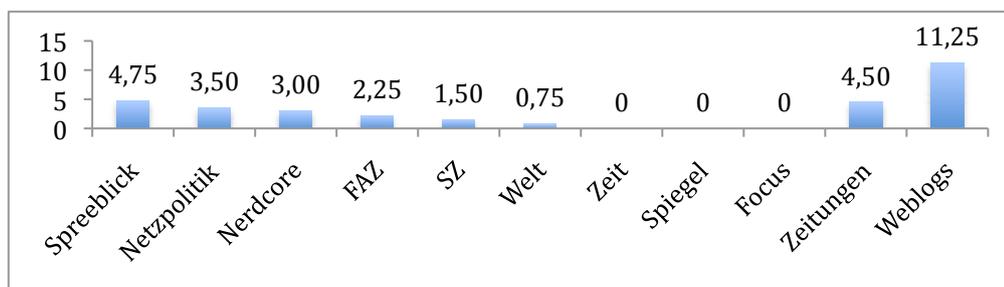


Abbildung 4.3: Beiträge pro Woche in absoluten Zahlen

Die meisten Posts wurden auf dem Weblog *Spreeblick* veröffentlicht (vgl. Abbildung 4.4). Dies ist kaum verwunderlich, da sich das Weblog auch mit politischen Inhalten befasst. Mit 14 Posts folgt *Netzpolitik*. Aufgrund der Thematik des Weblogs erscheint die Anzahl der Posts eventuell gering, jedoch ist zu beachten, dass *Netzpolitik* im Gegensatz zu *Spreeblick* von einer einzelnen Person betrieben wird und nur gelegentlich zusätzliche Verfasser teilnehmen. Auch könnte die geringe Anzahl von Posts an dem Verhältnis der Beitragslänge liegen: Im Durchschnitt sind die Posts von *Netzpolitik* 738 Wörter lang, während die Beiträge auf *Spreeblick* im Durchschnitt 264 Wörter umfassen (vgl. Abbildung 4.5). *Nerdcore* veröffentlichte 12 Posts zum Issue *Zugangerschwerungsgesetz*; da es sich primär um ein Design- und Musik-Blog handelt kaum verwunderlich. Die *FAZ* veröffentlichte neun Artikel und ist damit führend unter den Zeitungen. In der *Süddeutschen Zeitung* wurden fünf Artikel veröffentlicht, in der *Welt* zwei.

¹⁹³ Im weiteren Verlauf werden *DIE ZEIT*, *DER SPIEGEL* und *FOCUS* in den Auswertungen nur noch erwähnt wenn sie als Grundgesamtheit benötigt werden. Ansonsten wird auf ihre Darstellung verzichtet.

¹⁹⁴ Im Folgenden soll zur besseren Differenzierung von (Blog-) Posts die Rede sein, wenn Veröffentlichungen im Weblog gemeint sind. Von Artikeln wird geredet, wenn Veröffentlichungen in Zeitungen gemeint sind. Sind Veröffentlichungen in beiden Medien gemeint, so ist von Beiträgen die Rede.

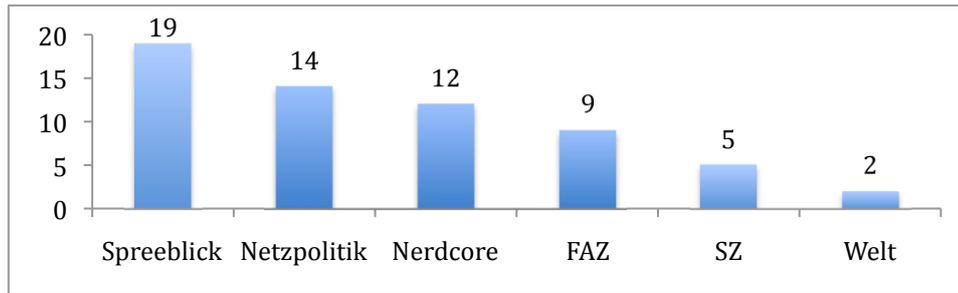


Abbildung 4.4: Anzahl der Beiträge pro Medium in absoluten Zahlen

Vergleicht man die durchschnittliche Beitragslänge, so wird deutlich, dass *FAZ* und *Netzpolitik* die zwei Medien mit den längsten Beiträgen sind. Unter den Zeitungen ist die *FAZ* damit das führende berichterstattende Medium. Unter den Weblogs ist *Spreeblick* das Medium mit den meisten Beiträgen, jedoch ist die durchschnittliche Post-Länge von *Netzpolitik* deutlich höher. Da hier dem Ansatz von DEGEORGE gefolgt wird, dass die Saliency eines Issues größer wird, je häufiger über ein Issue berichtet wird, ist *Spreeblick* aufgrund der höheren Frequenz der Berichterstattung das führende berichterstattende Blog.

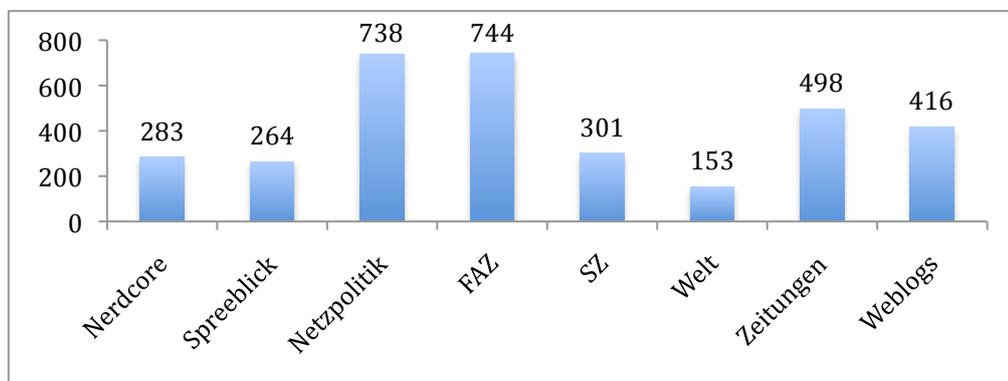


Abbildung 4.5: Durchschnittliche Beitragslänge

Dies spiegelt sich auch in den prozentualen Verteilungen der Berichte in den einzelnen Medien wieder. Unter den Weblogs fand 42% der Berichterstattung in *Spreeblick* statt, *Netzpolitik* hat mit 31% den nächst kleineren Anteil an der Berichterstattung (vgl. Abbildung 4.6).

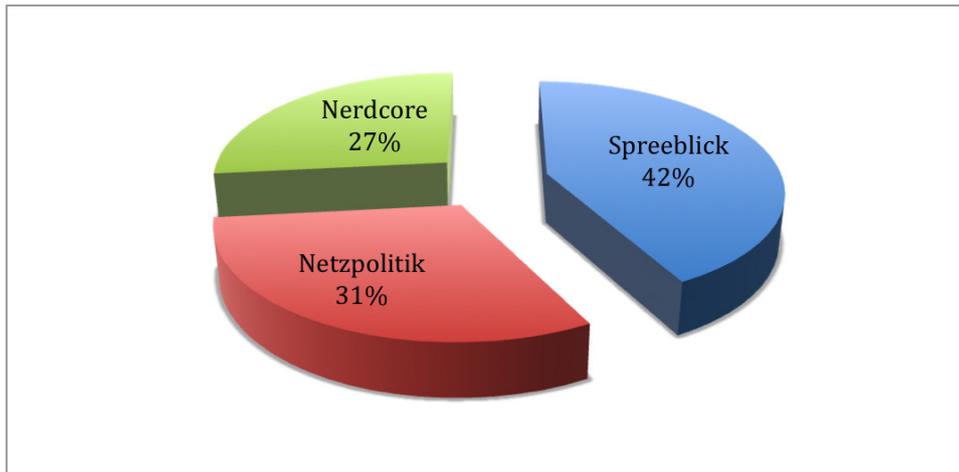


Abbildung 4.6: Anteil an Berichten nach Medium: Weblogs

Unter den Zeitungen hat die *FAZ* mit 50% der Berichterstattung den Großteil der Information über das Issue übernommen. Danach folgt die *Süddeutsche Zeitung* mit 33% und die *Welt* mit 17%. Auffallend ist, dass die Verteilung des Anteils an der Berichterstattung unter den Weblogs recht ausgewogen ist, während unter den Zeitungen eindeutig die *FAZ* dominiert (vgl. Abb. 4.7).

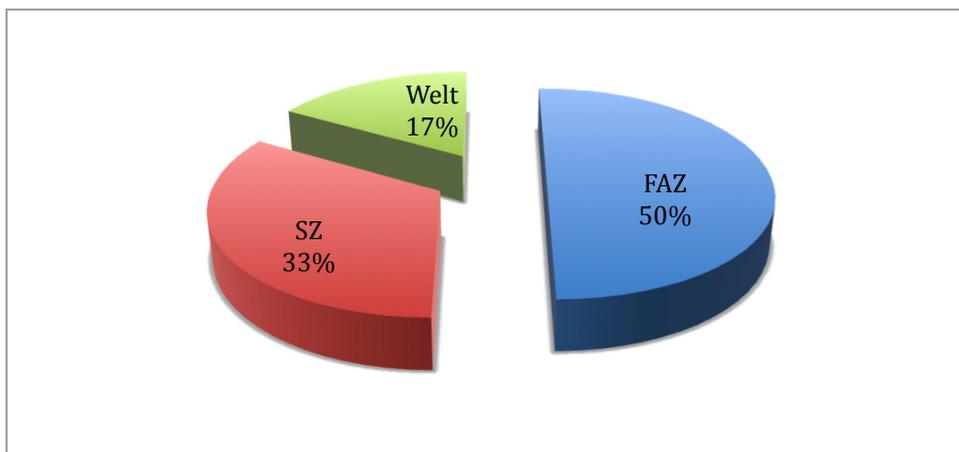


Abbildung 4.7: Anteil an Berichterstattung nach Medium: Zeitungen

Die Tatsache, dass die drei wöchentlich erscheinenden Publika keine Artikel zu dem Thema veröffentlicht haben, scheint ein erster Hinweis darauf zu sein, dass eine unzureichende Berichterstattung von Seiten der Zeitungen stattfand. Die ungleichmäßige Verteilung der Berichterstattung weist darauf hin, dass die Verbreitung des Issues in den Zeitungen unterschiedlich geschah. In wieweit dem Issue tatsächlich Aufmerksamkeit von Seiten der Zeitungen gewidmet wurde, wird in Kapitel 4.5.3 genauer untersucht.

4.5 ÜBERPRÜFUNG DER THESEN

4.5.1 IN WEBLOGS FAND EINE ENTEMOTIONALISIERUNG DES THEMAS STATT.

Ein Merkmal von Weblogs ist ihre Subjektivität, womit häufig begründet wird, weshalb der Journalismus an sich nicht durch Weblogs bedroht ist: sachliche Berichterstattung bieten nur qualifizierte Journalisten. Sollten Weblogs als Agenda Setter fungieren, so müssen sie inhaltlichen Standards genügen, um als tatsächliche alternative Informationsquelle wahrgenommen und akzeptiert zu werden – sowohl von Seiten der Medienschaffenden als auch der Rezipienten. Um dies zu überprüfen, wurden die Kategorien *sachlich*, *emotional* und *neutral* geschaffen. Die Verwendungshäufigkeit der einzelnen Kategorien soll einen Rückschluss auf die Konnotation der Berichterstattung geben: Je mehr emotionale Begriffe verwendet werden, desto emotionaler ist die Berichterstattung. Ein Grundideal der Presse ist die sachliche und neutrale Berichterstattung. Sollte dieses in angemessenem Maße von Weblogs übernommen worden sein, so weist dies auf eine Professionalisierung von Weblogs hin. Ergänzend wurden emotionale Begriffe untersucht, um zu überprüfen, ob in dem speziellen Fall des Issues *Zugangerschwerungsgesetz* Weblogs sachlicher und neutraler, also weniger emotional als Zeitungen berichtet haben. Jeder dieser Kategorien wurden sieben Begriffe zugeordnet, welche im Zusammenhang mit dem *Zugangerschwerungsgesetz* emotional, sachlich oder neutral besetzt waren.

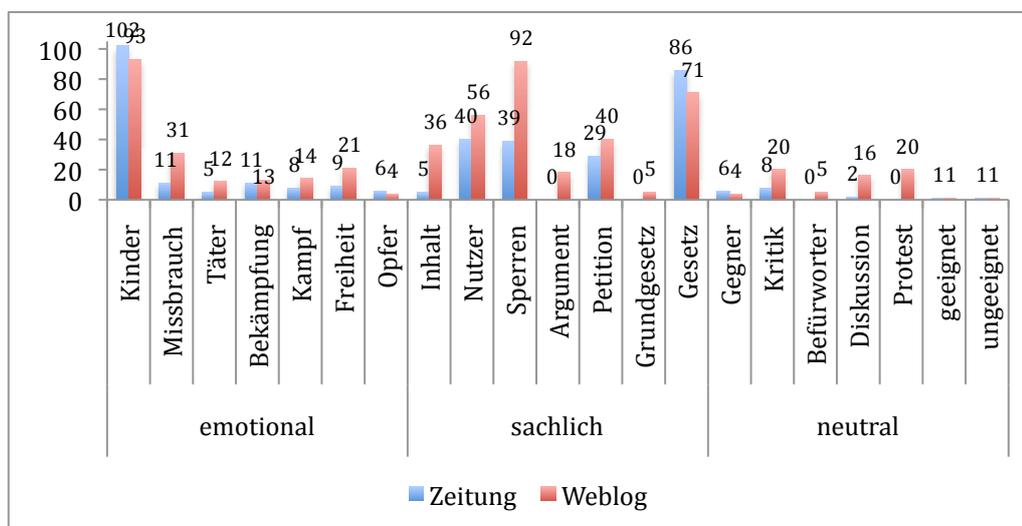


Abbildung 4.8: Verteilung der untersuchten Begriffe in absoluten Zahlen

Der Begriff *Kinder* wurde trotz der Bezeichnung „Gesetz zur Bekämpfung von Kinderpornographie in Kommunikationsnetzen“ gewählt, da der Alternativ-Titel, *Zugangerschwerungsgesetz* genauso verwendet werden kann und eine

weniger emotionale Konnotation aufweist.¹⁹⁵ Auffallend ist hierbei, dass der Begriff *Kinder* zwar 102- beziehungsweise 93-mal verwendet wurde, der Begriff *Bekämpfung* jedoch nur 11-beziehungsweise 13-mal (vgl. Abb. 4.8). Dies weist darauf hin, dass der Begriff *Kinder* nicht nur aufgrund der Bezeichnung des Gesetzes verwendet wurde, sondern als emotionalisierender Begriff. Diese Zahlen müssen auch in Relation zu der Gesamtzahl der Wörter der einzelnen Medien gesehen werden: In Weblogs wurde mehr als doppelt so viel geschrieben wie in Zeitungen, dennoch ist die absolute Erwähnung des Wortes *Kinder* fast gleich hoch (vgl. Abb. 4.9).

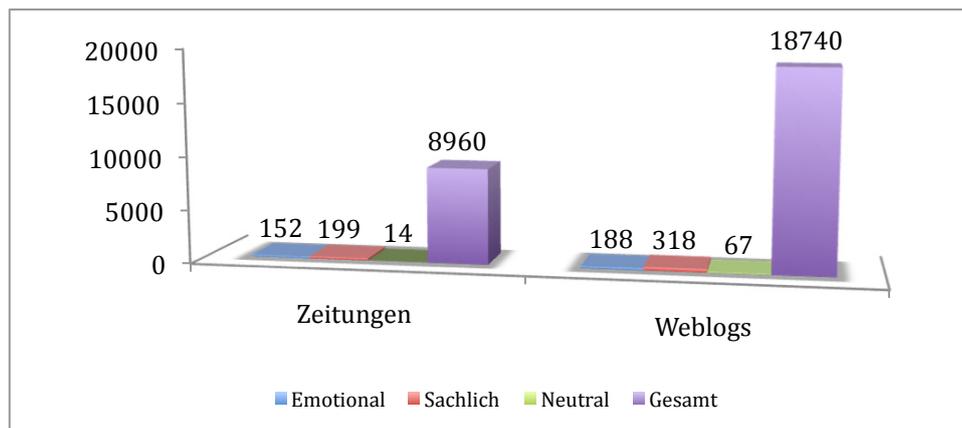


Abbildung 4.9: Verteilung der untersuchten Kategorien in absoluten Zahlen

Im Vergleich kann gesagt werden, dass Weblogs in absoluten Zahlen mehr emotionale, sachliche und mehr neutrale Begriffe verwendet haben, was aufgrund der höheren Gesamtzahl an verwendeten Wörtern zu erwarten war.

Im prozentualen Vergleich fällt jedoch auf, dass Zeitungen mehr emotionale Begriffe verwendet haben (41%) als Weblogs (33%). Sachliche Begriffe wurden von Weblogs (55%) und Zeitungen (54%) im Vergleich fast gleich häufig verwendet, während Weblogs mit 12% neutraler berichteten als Zeitungen (5%) (vgl. Abb. 4.10).

¹⁹⁵ Zu einer genauen Auflistung, Abgrenzung und Begründung der einzelnen untersuchten Begriffe siehe Anhang: Codebuch.

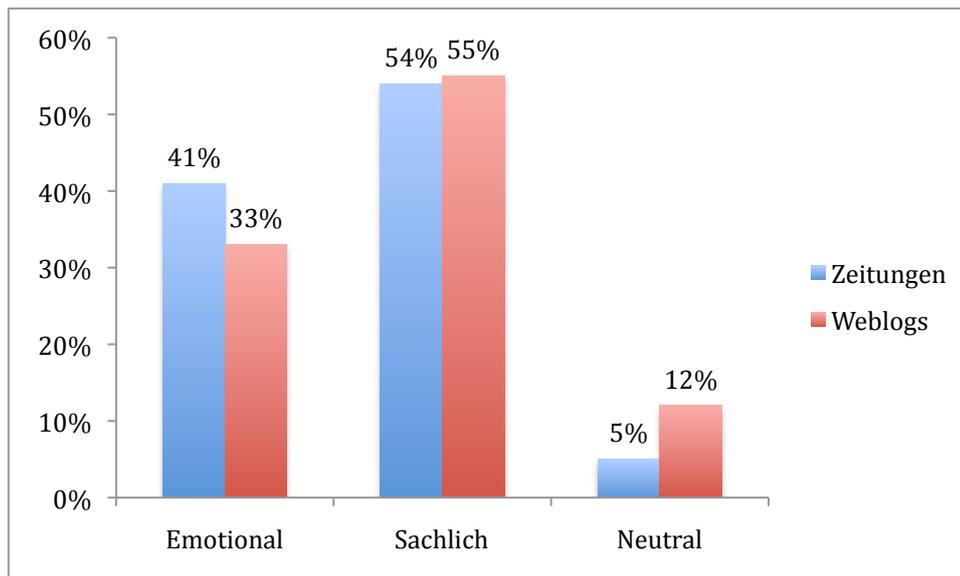


Abbildung 4.10: Prozentuale Verteilung der Kategorien

Auf den ersten Blick scheinen diese Ergebnisse darauf hinzuweisen, dass die Berichterstattung in Weblogs und Zeitungen ähnlich ist, jedoch ist zu beachten, dass Weblogs im Allgemeinen subjektiv schreiben, was nahelegt auch eine emotionalere Ausdrucksweise aufgrund der persönlichen Betroffenheit zu erwarten. Im prozentualen Vergleich haben Weblogs weniger emotionale Begriffe verwendet als Zeitungen, ein Ergebnis, das so nicht zu erwarten war. Hinzu kommt ein höherer Anteil an neutralen Begriffen in Weblogs. Dies führt zu dem Schluss, dass in Weblogs tatsächlich weniger emotional berichtet wurde als in Zeitungen, also eine Entemotionalisierung stattfand.

4.5.2 EINE FACETTENREICHE BERICHTERSTATTUNG FAND IN WEBLOGS STATT.

Um als zivilgesellschaftliche Kontrollinstanz fungieren zu können, müssen Weblogs ein breites Spektrum an verschiedenen Meinungen abbilden. Es ist nötig, verschiedene gesellschaftliche Gruppen zu Wort kommen zu lassen, um einen Diskurs zu ermöglichen. Um zu überprüfen, ob in Weblogs eine solche facettenreiche Berichterstattung stattfand, wurden drei Kategorien gebildet: *Politik*, *Extern* und *Medium*. Diese Kategorien wurden in Untergruppen aufgeteilt. Die Kategorie *Politik* setzt sich zusammen aus *Parteien*, *politischen Personen* und *Institutionen*, wobei diese Regierungsorgane bezeichnen. Aufgrund der inhaltlichen Komponente des Issues, ein Gesetzesbeschluss, ist zu erwarten, dass der Anteil an politischen Quellen sehr hoch ist. Die Kategorie *Extern* setzt sich aus *Experten* und *Interessensgruppen* zusammen, wobei *Experten* diejenigen bezeichnet, die inhaltlich einen umfassenden Einblick in die Problematik haben, während *Interessensgruppen* im Sinne der Erläuterung in Ka-

pitel 4.1 versuchen, ihre eigenen Issues in die Öffentlichkeit zu tragen. In der Kategorie *Medium* wird überprüft, wie oft in den Beiträgen Informationen von *Blogs*, *Zeitungen* und *Pressekonferenzen* aggregiert wurden.

Auffällig oft wurde in der *FAZ* und im Blog *Netzpolitik* aus politischen Quellen geschöpft. Hierbei bezieht sich die *FAZ* besonders häufig auf Institutionen, während sich *Netzpolitik* sehr oft auf Parteien bezieht. Weiterhin fällt im absoluten Vergleich eine starke Konzentration auf die Nutzung von politischen Quellen durch die *FAZ* und die *Süddeutsche Zeitung* auf. Die Quellen der Weblogs sind zwar auch hauptsächlich politische Quellen, Weblogs nutzen jedoch externe Quellen und andere Medien deutlich ausgewogener (vgl. Abbildung 4.11).

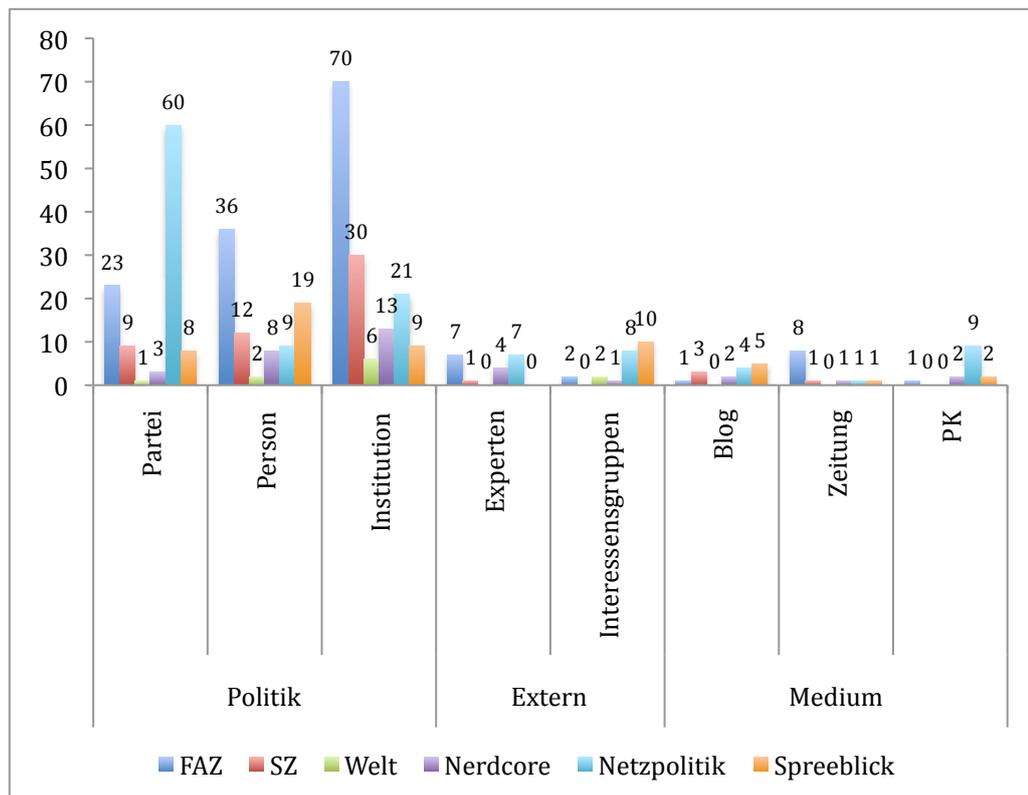


Abbildung 4.11: Kategorien und Untergruppen in absoluten Zahlen

Zeitungen nutzten zu 49% politische Institutionen als Referenz. Insgesamt macht die Kategorie *Politik* bei Zeitungen 87% der Referenzgruppen aus (vgl. Abbildung 4.12). Hierauf folgen mit jeweils 4% Experten und Zeitungen. Die Darstellung von dem politischen System fremden Interessengruppen ist mit einem Anteil von 2% verschwindend gering.

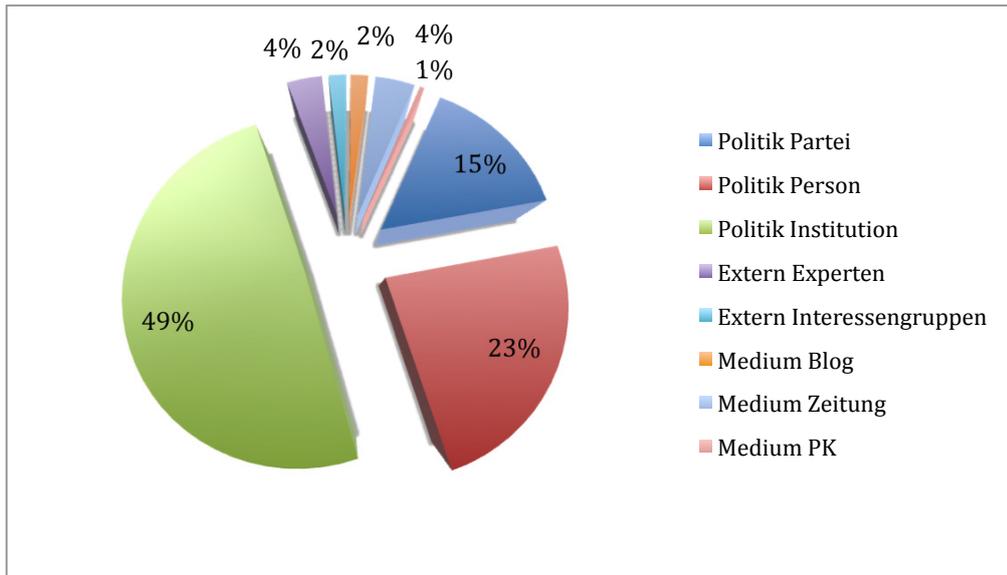


Abbildung 4.12: Relative Verteilung von Kategorien und Untergruppen in Zeitungen

In Weblogs bilden politische Parteien mit 34% die größte Referenzgruppe (vgl. Abbildung 4.12). Auch hier ist der Anteil der Kategorie *Politik* mit 73% am höchsten. Auffallend ist, dass die Verteilung der Kategorien *Extern* und *Medium* mit jeweils 14% und 13% bei Weblogs recht ausgeglichen ist. Nach dem politischen System kamen Interessengruppen am häufigsten zu Wort.

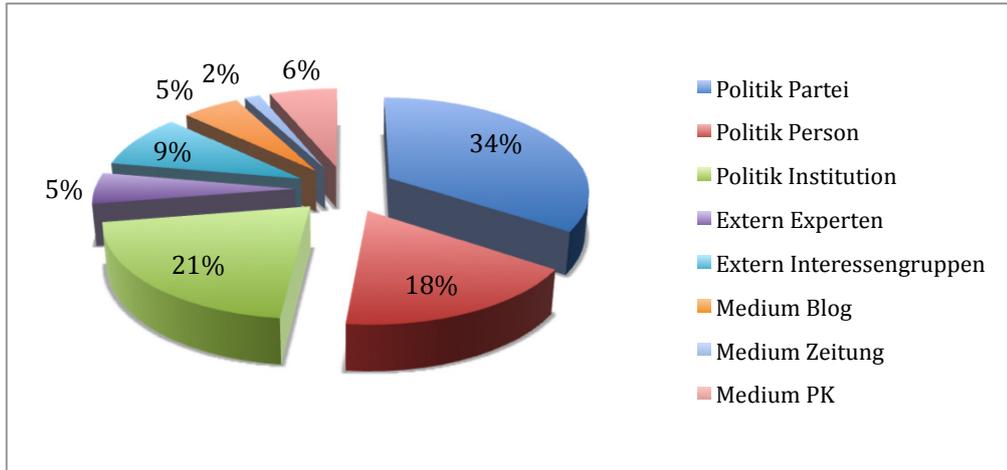


Abbildung 4.13: Relative Verteilung von Kategorien und Untergruppen in Weblogs

Vergleicht man die Verteilung der Quellen bei Weblogs und bei Zeitungen so fällt auf, dass Weblogs insgesamt mehr externe Quellen in die Berichterstattung integrierten als Zeitungen. Der hohe Anteil politischer Quellen liegt in der Natur des Issues begründet: Es handelt sich um die Einbringung eines Gesetzes und ist dementsprechend durch den politischen Diskurs bestimmt. Dennoch bilden Weblogs auch andere zivilgesellschaftliche Gruppen ab und tragen so zur Ausgewogenheit des Diskurses bei. Sie fungieren als Korrektiv,

welches die Einseitigkeit der Massenmedien, hier in Form von Zeitungen, erweitert und ergänzt. Damit kann die These als bestätigt angesehen werden.

4.5.3 IN ZEITUNGEN WURDE DEM ISSUE KAUM BEACHTUNG GESCHENKT.

Die Einführung eines neuen Gesetzes ist im Allgemeinen von gesamtgesellschaftlichem Interesse. Deswegen sollte der Prozess der Gesetzgebung von der Presse als Kontrollinstanz kritisch beleuchtet und begleitet werden. Ob dies im vorliegenden Fall geschehen ist, wurde durch die Analyse der Platzierung in der Zeitung, des Umfangs und der jeweiligen Ressorts überprüft.

Die meisten Artikel (13) zum Issue wurden im Ressort *Politik* veröffentlicht (vgl. Abbildung 4.14). Im *Feuilleton* wurden drei Artikel veröffentlicht, in den Ressorts *Deutschland* und *Meinung* jeweils ein Artikel. Die Verteilung der Artikel gibt keinen Anlass zur Verwunderung; wie bereits erwähnt handelt es sich um politische Inhalte, somit ist diese Verteilung zu erwarten. Dennoch ist erneut zu erwähnen, dass hier in einem Zeitraum von vier Wochen in drei Tageszeitungen und drei Wochenzeitungen nur 18 Artikel veröffentlicht wurden. Wie im zweiten Kapitel erläutert wurde, handelt es sich um ein gesellschaftlich relevantes Thema, hierfür ist die Dichte der Berichterstattung durch Zeitungen sehr gering.

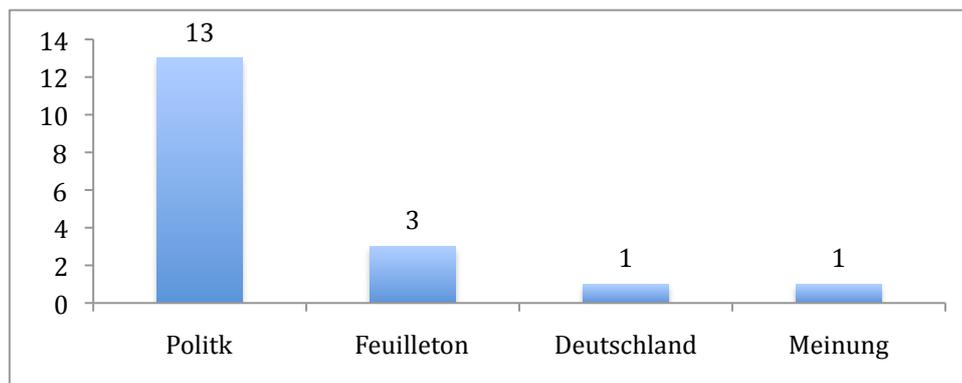


Abbildung 4.14: Verteilung der Artikel nach Ressorts

Es wird davon ausgegangen, dass die Platzierung eines Artikels einen Rückschluss auf die Beachtung des zugehörigen Issues durch die Redaktion zulässt. In diesem Fall weisen Artikel auf den ersten beiden Seiten darauf hin, dass dem Issue eine hohe Beachtung geschenkt wird. Die Artikel zum Issue *Zugangerschwerungsgesetz* wurden meistens auf Seite vier platziert (vgl. Abb. 4.15). Acht Artikel wurden auf Seite 5-35 platziert. Ein Artikel „schaffte“ es auf die Titelseite. Die Platzierung der Artikel durch die Redaktion lässt darauf schließen, dass dem Thema eine geringe Beachtung zugewiesen wurde.

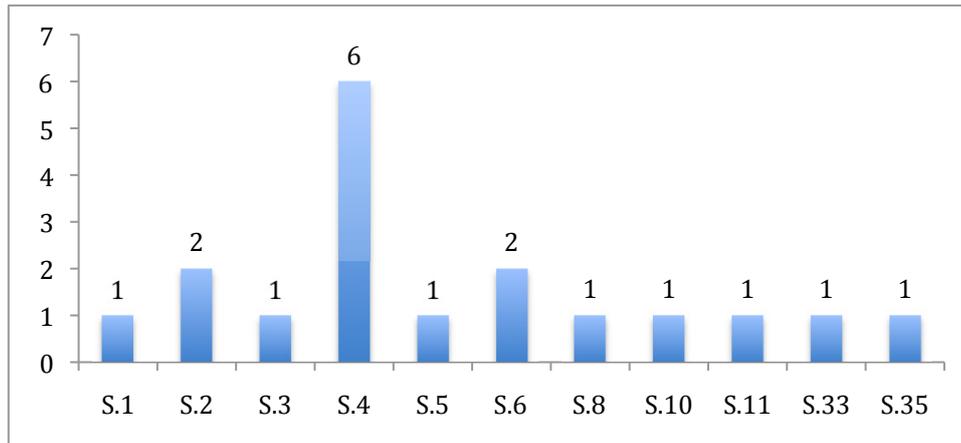


Abbildung 4.15: Platzierung der Artikel nach Seitenzahl

Die Artikellänge lässt einen Rückschluss auf die zugewiesene *Importance* zu. Im Durchschnitt kann mit einer Artikellänge von 400 – 500 Wörtern gerechnet werden.¹⁹⁶ Mit acht Artikeln waren Artikel unter 300 Wörtern am häufigsten vertreten (vgl. Abbildung 4.16). Artikel mit 300 bis 600 Wörtern waren am zweithäufigsten vertreten. Artikel mit mehr als 900 Wörtern wurden dreimal veröffentlicht.

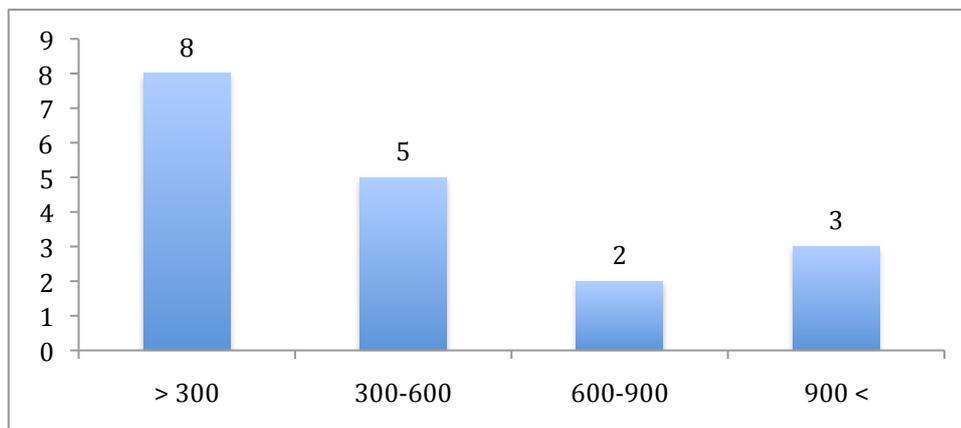


Abbildung 4.16: absolute Verteilung der Artikellänge in Wortanzahl

Zusammengefasst wurde unterdurchschnittlich wenig über das Issue berichtet, die meisten Artikel befanden sich im hinteren Teil der Zeitung, und die Artikellänge war unterdurchschnittlich kurz. Um einen gesellschaftlichen Diskurs über eine politische Entscheidung anzuregen, ist dies zu wenig. Deswegen kann die These als bestätigt angesehen werden: Dem Issue wurde in Zeitungen kaum Beachtung geschenkt.

¹⁹⁶ Vgl. FISCHER, ANNIKA: *Online-Journalismus: Wie Printartikel sich von Online-Artikeln unterscheiden: Eine quantitative und qualitative Untersuchung anhand überregionaler Zeitungen in Deutschland*, o. O. 2008, S. 38.

4.5.4 WEBLOGS HABEN ALS AGENDA-SETTER FÜR ZEITUNGEN FUNGIERT.

Ob Weblogs einen Einfluss auf die Agenda der Massenmedien haben, sollte exemplarisch anhand der Berichterstattung in Zeitungen zum Issue des *Zugangsschwerungsgesetzes* untersucht werden. Hierfür wurde die zeitliche Entwicklung der Berichterstattung untersucht. Zusätzlich wurde untersucht, ob eine Begriffsübernahme durch die Zeitungen zu beobachten ist. Hierzu wurden Begriffe gewählt, welche vornehmlich durch Weblogs genutzt wurden.¹⁹⁷

An den Wochenenden und Feiertagen im Untersuchungszeitraum¹⁹⁸ wurden zum Großteil keine Beiträge in Weblogs veröffentlicht. Zur besseren Übersicht wurde die Darstellung in zwei Teile aufgeteilt. Zu Beginn des untersuchten Zeitraums läuft die Berichterstattung in Weblogs und Zeitungen relativ parallel ab. Zwar werden in Weblogs mehr Posts veröffentlicht, doch die Kurven ähneln sich und sind nur leicht zeitversetzt (vgl. Abb. 4.17).

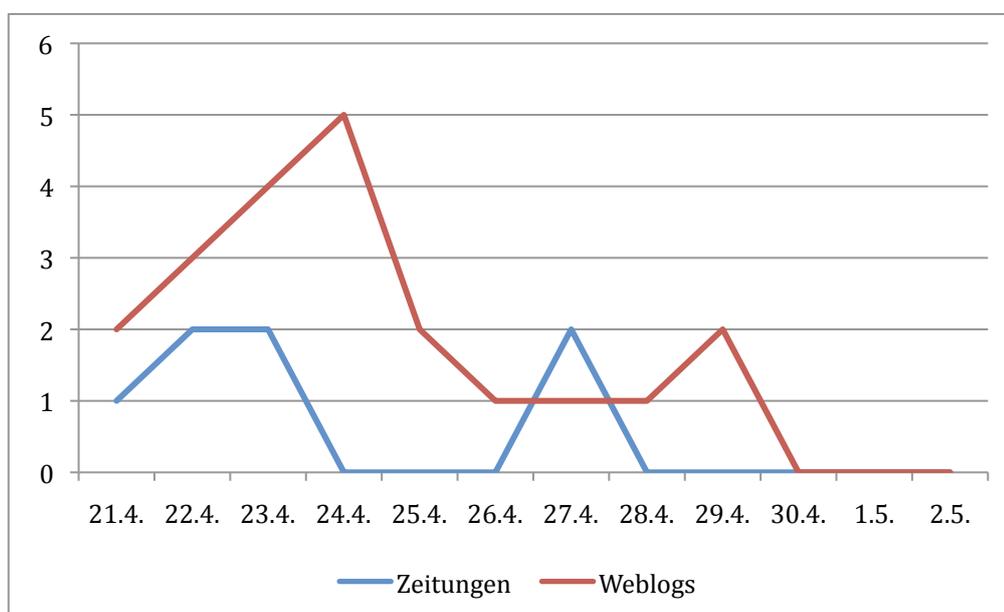


Abbildung 4.17: Zeitlicher Verlauf der Berichterstattung 21.04.2009 - 02.05.2009

Ab dem 03.05.2009 ändert sich dieses Bild: den Spitzen in der Berichterstattung durch Weblogs folgen klar die Spitzen in der Berichterstattung in den Zeitungen (vgl. Abbildung 4.18). Der Anstieg ist kurz vor und nach dem 06.05.2009 zu erkennen, dem Datum der Einbringung der E-Petition. Die nun erfolgende Berichterstattung durch die Zeitungen wird flankiert von stärkerer Berichterstattung durch Weblogs.

¹⁹⁷ Zensur, Zensursula, Infrastruktur, Netz- & Internetsperre kumuliert.

¹⁹⁸ 25.04., 26.04., 01.05., 02.05., 03.05., 09.05., 10.05., 16.05., 17.05.

Im ersten Schritt ist also zu erkennen, dass Zeitungen durch die Berichterstattung in Weblogs beeinflusst wurden, ein Agenda-Setting-Effekt fand hier also statt. Es sollte jedoch bedacht werden, dass die vorliegende Untersuchung nicht repräsentativ ist.

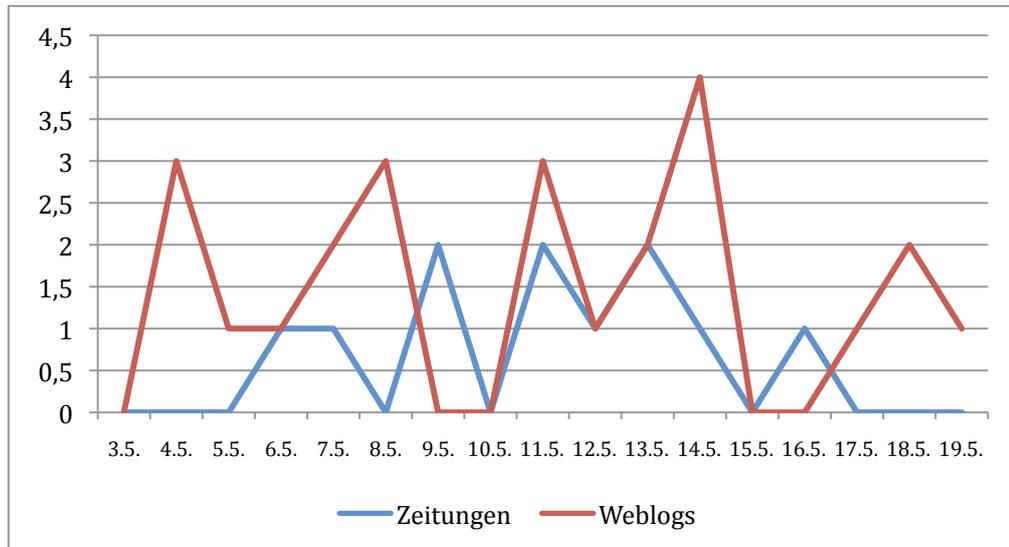


Abbildung 4.18: Zeitlicher Verlauf der Berichterstattung 03.05.2009 - 19.05.2009

Der zweite Hinweis auf einen Agenda-Setting-Effekt durch Weblogs wäre die Übernahme von Begriffen aus den Weblogs durch die Zeitungen. Dies wurde mit vier verschiedenen Begriffen untersucht.

Der Begriff *Zensur* wurde zuerst durch Weblogs geprägt, eine Nutzung des Begriffs fand in Zeitungen so nicht statt, wie man in Abbildung 4.19 erkennen kann. Erst nach der ersten Welle der Berichterstattung durch Weblogs fand der Begriff Eingang in den Sprachgebrauch in Zeitungen.

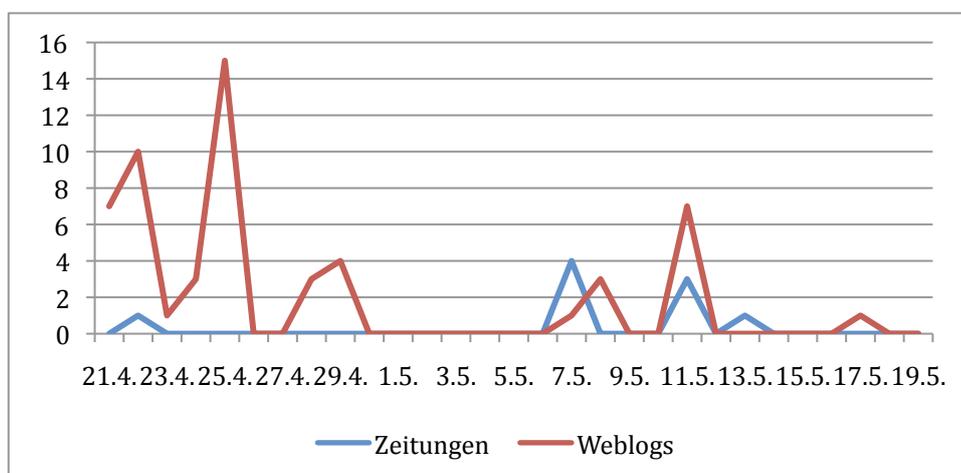


Abbildung 4.19: Zeitliche Verteilung des Begriffs "Zensur"

Beweis für die Übernahme von Begriffen aus Weblogs ist die Verwendung der Wortneuschöpfung *Zensursula*. Diese wurde in Weblogs eingeführt, jedoch hauptsächlich in der Weiterverbreitung über Social Media Dienste genutzt. Wie Abbildung 4.20 zeigt, wurde der Begriff von den Zeitungen übernommen.

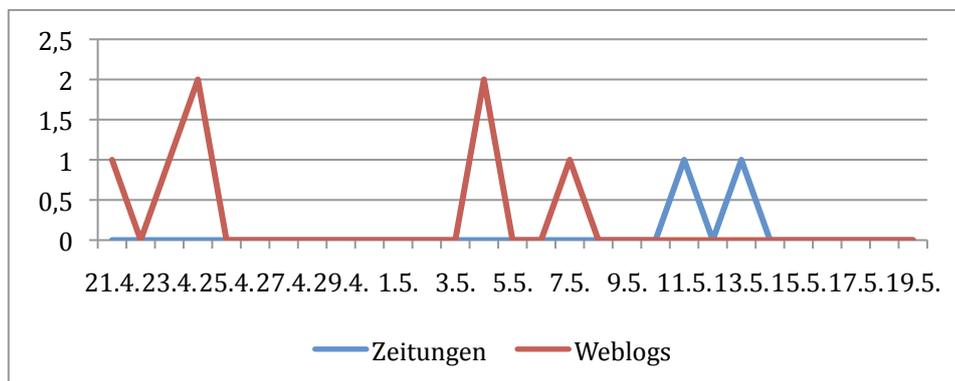


Abbildung 4.20: Zeitliche Verteilung des Begriffs "Zensursula"

In Weblogs war bereits relativ früh von der „Errichtung einer Zensur-*Infrastruktur*“ die Rede. Auch dieser Begriff wurde erst nach der Berichterstattung in Weblogs stärker in Zeitungen genutzt, jedoch ist hier die Grundgesamtheit zu gering, um eine klare Aussage treffen zu können, ob tatsächlich eine Übernahme durch Zeitungen stattfand (vgl. Abbildung 4.21).

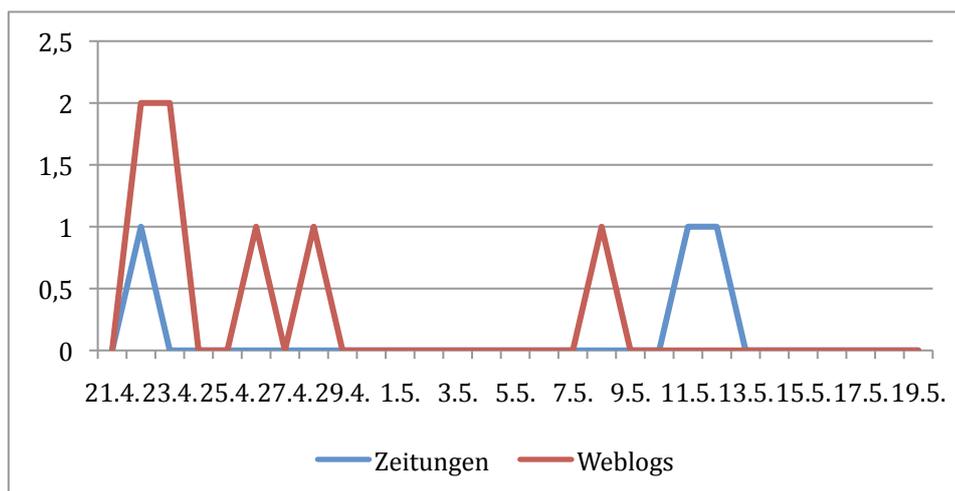


Abbildung 4.21: Zeitliche Verteilung des Begriffs "Infrastruktur"

Zuletzt wurden die Begriffe *Netzsperr*e und *Internetsperr*e untersucht und kumuliert, da sie durch Weblogs synonym verwendet wurden. In Abbildung 4.22 ist klar ersichtlich, dass die Verwendung dieser Begriffe durch Weblogs induziert wurde. Ihre Verwendung in Zeitungen steigt klar an, nachdem die Begriffe häufig in Weblogs genutzt wurden.

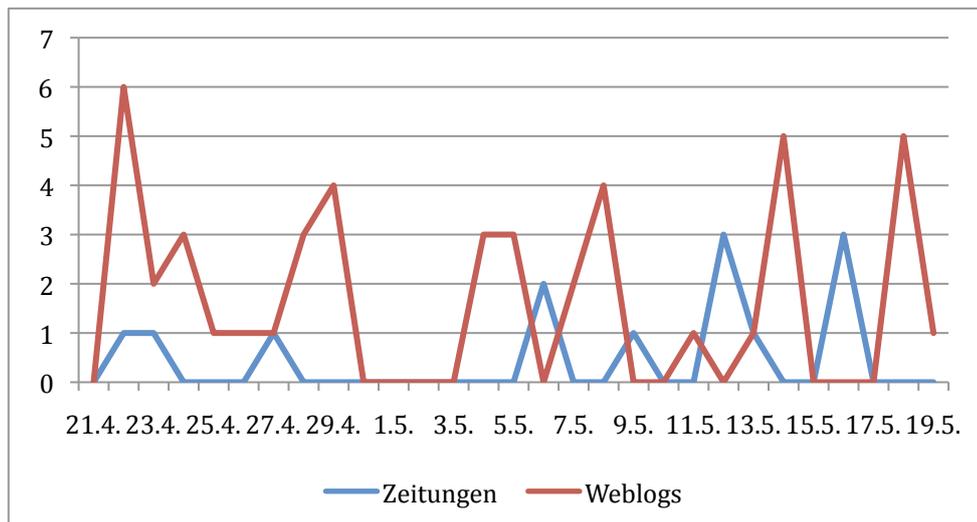


Abbildung 4.22: Zeitliche Verteilung der Begriffe "Netz- bzw. Internetsperre"

Zusammenfassend muss man beachten, dass die vorliegenden Daten nicht repräsentativ sind, und zum Teil die geringe Grundgesamtheit eine eindeutige Einschätzung erschwert. Dennoch sind der Ablauf der Berichterstattung und die Übernahme der Begriffe *Zensursula*, *Zensur*, und *Netz- bzw. Internetsperre* eindeutige Hinweise auf einen Agenda-Setting-Effekt durch Weblogs auf Zeitungen, womit die These als belegt gelten kann.

4.5.5 ÜBERPRÜFUNG DER HAUPTTHESE

Wie zuvor festgelegt wurde, bedeutet die Belegung von drei der vier Unterthesen die Bestätigung der Hauptthese. Damit

aktivieren die Möglichkeiten der Blogosphäre einen Teil des passiven Publikums und ermöglichen damit eine Partizipation der Zivilgesellschaft als kritische Kontrollinstanz.

In Bezug auf das *Modell interaktiver Agenda-Setting-Prozesse* bedeutet dies, dass durch die partizipativen Möglichkeiten des Internets vormals passive Rezipienten von Massenmedien zu publizierendem und beeinflussendem aktivem Publikum werden. Die in EICHHORNS Modell nur latent vorhandenen Wirkungsprozesse zwischen passivem Publikum und Massenmedien beziehungsweise aktivem Publikum wurden durch einen neuen Kommunikations- und Rückkopplungskanal verstärkt und sind nun in der Lage, die Kommunikation zwischen den verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen zu fördern und im Sinne des HABERMAS'SCHEN Diskurses zu einer Annäherung an eine deliberative Politik zu führen.

5 PARTIZIPATION 2.0

Während für viele Mitglieder der sogenannten *Generation X*¹⁹⁹ das Web 2.0 aus Katzen-Content²⁰⁰ und sinnlosem „Getwittere“ besteht beginnt die nachfolgende *Generation C64*,²⁰¹ sich den neuen Möglichkeiten des Web 2.0 bewusst zu werden. Keine Gruppe von „Ideologen des Internet“,²⁰² sondern die Einheimischen des Netzes haben Gesicht gezeigt, sind nicht anonym in den Untiefen des Internets verschwunden, sondern haben mit Name und Adresse dagegen protestiert, dass immer wieder in ihre Lebenswirklichkeit eingegriffen wird – denn hier ist das *Zugangerschwerungsgesetz* nur der jüngste Vorfall von vielen. Und diese Eingriffe finden gerade von Leuten statt, die spöttisch *Internetausdrucker* genannt werden. Das Internet darf kein rechtsfreier Raum sein? Ist es nicht. Doch auf Unbekanntes, Unverstandenes reagiert ein Mensch meist mit Ablehnung und Kontrollzwang, wie es auch in Hinblick auf Web 2.0 und Social Media geschieht.

Eben jenes Unverständnis spiegelte sich auch in HABERMAS' Einschätzung des Internets als Kommunikationskanal wieder, ebenso wie es durch EICHHORN noch nicht einmal bedacht wurde. Im Internet selbst entpuppen sich Weblogs als die „Wächter der Demokratie“, was auch bedeutet, die neuesten rassistischen Aussagen von Senatoren oder zweifelhafte Geschäftspraktiken aufzudecken. Durch das Medium des Weblogs werden Informationen einem Massenpublikum zugeführt, durch Social Media Dienste gelangen sie zu einem Großteil der Internetnutzer. Diese verbreiten die Informationen auch im eigenen Umfeld, auf traditionellem Weg durch Erzählungen oder durch Email und Facebook.

Ob die von Weblogs generierten Informationen auch ihren Weg in die traditionellen Medien finden, wurde in dieser Arbeit am Beispiel der Zeitungen genauer untersucht; und diese Frage konnte mit einem „ja“ beantwortet werden. Die Ergebnisse dieser Studie weisen jedoch auch darauf hin, dass die klassischen Medien es versäumten, über eine wichtige medienpolitische Weichenstellung der Bedeutung angemessen zu berichten – die Hemmschwelle, sich gegen die *Bekämpfung von Kinderpornographie in Kommunikationsnetzen*

¹⁹⁹ Allgemein wird damit die Generation nach den Baby-Boomern bezeichnet, also ungefähr die Jahrgänge 1965 – 1975.

²⁰⁰ <http://icanhascheezburger.com/>

²⁰¹ STÖCKER, CHRISTIAN: *Streit um Internet-Filter. Die Generation C64 schlägt zurück*, in: *DER SPIEGEL*, 02.06.2009, @16.

²⁰² Ebd.

auszusprechen, galt nicht nur für die Opposition, sondern auch für die Kontrollinstanz der Regierung.

Der „latente Einfluss“ des passiven Publikums nach EICHHORN hat mit dem Internet ein Medium, durch welches Organisation und Partizipation möglich wird. Dadurch hat das passive Publikum die Möglichkeit, in Interaktion mit dem Elite Publikum zu treten und erreicht dadurch eine Wechselbeziehung, die eine Einwirkung auf sowohl die Massenmedien, als auch das Elite Publikum ermöglicht. Es ermöglicht eine Integration und führt nicht zu einer fragmentierten Öffentlichkeit, wie sie HABERMAS beschreibt. Das ehemals zersplitterte Publikum, ohne die Möglichkeit sich außerhalb des institutionellen Rahmens einzubringen, hat nun die Möglichkeit, als sich selbst organisierende, lose Gruppe Einfluss zu nehmen – zu Themen, die einen persönlich betreffen oder einem wichtig sind.

Weblogs bilden zivilgesellschaftliche Gruppen ab, die ansonsten nicht „zu Wort“ gekommen wären, und tragen so zur Ausgewogenheit des Diskurses bei. Sie fungieren als Korrektiv, das die Einseitigkeit der Massenmedien, hier in Form von Zeitungen, erweitert und ergänzt. Damit übernehmen sie die Rolle der zivilgesellschaftlichen Kontrollinstanz und verringern die asymmetrische Verteilung der Informationsmacht: Der Resonanzraum, in dem über die Berichterstattung der Massenmedien diskutiert werden kann, hat sich gewandelt zum Ursprung publizierender Wirkungen der seinerseits auch auf die Massenmedien einwirkt.

Eben durch diesen Rückkopplungskanal leisten Weblogs einen Beitrag zur journalistischen Qualitätssicherung: Sie halten den traditionellen Massenmedien einen Spiegel vor und schaffen eine eigene Öffentlichkeit für die Themen, die für sie relevant sind.

Es wird Zeit, sich von einem zweidimensionalen Öffentlichkeitsmodell zu verabschieden, eine dritte, interaktive Dimension ist dabei, die Medienlandschaft, wie wir sie kennen, vollkommen zu verändern. Nicht der Gatekeeper in Nachrichtenredaktionen macht die Nachrichten, sondern die Konsumenten, die breite Masse, die Bürger. Nicht mehr nur Aktualität, sondern Relevanz bestimmt, was in den Medien verbreitet wird.

Sicherlich ist die Entwicklung, die noch vor dem „Phänomen Weblogs“ liegt, ein langer Weg: Um den ihnen zugetragenen Aufgaben gerecht zu werden, müssen Informationen weniger nur gebündelt, sondern viel mehr gestaltet werden, um so einen Resonanzraum für zivilgesellschaftliche Gruppen zu bil-

den. Momentan werden viele bekannte Weblogs von Journalisten oder zumindest medienaffinen Menschen geführt, die Entwicklung zu einem weiteren Massenphänomen muss erst noch wirklich stattfinden, zumindest in Deutschland.

Doch die Chancen, die in dieser neuen Form der Partizipation am politischen Diskurs liegen, können nicht unterschätzt werden: Das Gefühl, *etwas bewegen* zu können, beschleicht mit Hilfe der durch Weblogs geschaffenen Öffentlichkeit jeden, der mit ihnen in Berührung kommt. Von „Politikverdrossenheit“, die so vielen vorgeworfen wird, ist im Web 2.0 nicht mehr viel zu merken. Diese neue Form der Partizipation führt auch zu neuen Erwartungen an Massenmedien, Regierungen, Institutionen und es kann nur mit Spannung erwartet werden, was uns die Zukunft noch bringt. Denn schließlich gilt:

Nichts ist mächtiger als eine Idee, deren Zeit gekommen ist.
(Victor Hugo)

6 LITERATURVERZEICHNIS

- ALPHONSO 2004: ALPHONSO, DON: *Ein Dutzend Gründe, warum Blogs den Journalismus im Internet aufmischen werden*, in: ALPHONSO, DON / PAHL, KAI (Hgg.): *Blogs! Text und Form im Internet*, Berlin 2004, S. 23-43.
- ARMBORST 2007: ARMBORST, MATTHIAS: *Kopfjäger im Internet oder publizistische Avantgarde?*, in: *Journalistik Journal* 1/2007, @3
- ATWATER/SALWEN/ANDERSON 1985: ATWATER, TONY / SALWEN, MICHAEL B. / ANDERSON, RONALD B.: *Media agenda setting with environmental issues*, in: *Journalism Quarterly* 62 (1985), S. 393-397.
- BAUSCH/HAUGHNEY/HOURIHAN 2002: BAUSCH, PAUL / HAUGHNEY, MATTHEW / HOURIHAN, MEG: *We Blog: Publishing online with Weblogs*, Indianapolis 2002.
- BECKER 1983: BECKER, LEE B.: *The mass media and citizen assessment of issue importance. A reflection on agenda-setting research*, in: SAXER, ULRICH (Hg.): *Politik und Kommunikation*, München 1983, S. 58-63.
- BIERMANN 2009: BIERMANN, KAI: *Wie man eine Generation verliert*, in: DIE ZEIT, 10.05.2009, @2.
- BLOOD 2000: BLOOD, REBECCA: *Weblogs. A History and Perspective*, in: RODZVILLA, JOHN (Hg.): *We've got blog. How Weblogs are changing our culture*, Cambridge 2002.
- BROSIUS/KOSCHEL 2003: BROSIUS, HANS-BERND / KOSCHEL, FRIEDERIKE: *Empirische Methoden der Kommunikationsforschung*, Wiesbaden 2003.
- BUSEMANN/GSCHEIDLE 2009: BUSEMANN, KATHRIN / GSCHEIDLE, CHRISTOPH: *Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2009. Web 2.0: Communities bei jungen Nutzern beliebt*, in: *Media Perspektiven* 7/2009, S. 356 – 364.
- COHEN 1963: COHEN, BERNARD C.: *The Press and Foreign Policy*, Princeton 1963.
- COENEN 2005: COENEN, CHRISTOPHER: *Weblogs als Mittel der Kommunikation zwischen Politik und Bürgern. Neue Chancen für E-Demokratie?*, in: SCHMIDT, JAN / SCHÖNBERGER, KLAUS / STEGBAUER, CHRISTIAN (Hgg.): *Erkundungen des Bloggens. Sozialwissenschaftliche Ansätze und Perspektiven der Weblogforschung*. Sonderausgabe von *kommunikation@gesellschaft*, Jg. 6, o.O. 2005.

- DAMBECK 2006: DAMBECK, HOLGER: *Weblogs: Von Matt entschuldigt sich bei den "Klowänden des Internets"*, in: *DER SPIEGEL*, 26.01.2006, @1.
- DEMERS ET AL 1989: DEMERS, DAVID P. ET AL: *Issue obtrusiveness and the agenda-setting effects of national network news*, in: *Communication Research* 16 (1989), S. 793-812.
- DEUTSCHER BUNDESTAG 2009A: DEUTSCHER BUNDESTAG (Hg.): Gesetzesentwurf der Fraktionen der CDU/CSU und SPD vom 05.05.2009: *Entwurf eines Gesetzes zur Bekämpfung der Kinderpornographie in Kommunikationsnetzen*, Drucksache 16/12850.
- DEUTSCHER BUNDESTAG 2009B: DEUTSCHER BUNDESTAG (Hg.): Gesetzesbeschluss des Deutschen Bundestags vom 19.06.2009: *Gesetz zur Bekämpfung der Kinderpornographie in Kommunikationsnetzen*, Drucksache 604/09.
- DJV 2009: DEUTSCHER JOURNALISTEN VERBAND (Hg.): *Berufsbild Journalistin – Journalist*, Bonn 2009 (DJV Wissen 4).
- EICHHORN 2005: EICHHORN, WOLFGANG: *Agenda-Setting-Prozesse. Eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher Themenstrukturierung*, München 2005.
- FISCHER 2008: FISCHER, ANNIKA: *Online-Journalismus: Wie Printartikel sich von Online-Artikeln unterscheiden: Eine quantitative und qualitative Untersuchung anhand überregionaler Zeitungen in Deutschland*, in Deutschland, o. O. 2008.
- FRAAS/BARCZOK 2006: FRAAS, CLAUDIA / BARCZOK, ACHIM: *Intermedialität – Transmedialität. Weblogs im öffentlichen Diskurs*, in: ANDROUTSOPOULOS, JANNIS ET AL (Hgg.): *Neuere Entwicklungen in der Internetforschung. Germanistische Linguistik*, o.O. 2006, S.1-34.
- GERHARDS 1998: GERHARDS, JÜRGEN: *Öffentlichkeit*, in: JARREN, OTFRIED / SARCINELLI, ULRICH / SAXER, ULRICH (Hgg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft*, Wiesbaden 1998, S.268-274.
- HABERMAS 1981: HABERMAS, JÜRGEN: *Theorie des kommunikativen Handelns. Band 2. Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft*, Frankfurt a.M. 1981.
- HABERMAS 1990: HABERMAS, JÜRGEN: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Frankfurt 1990.

- HABERMAS 1992: HABERMAS, JÜRGEN: *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaates*, Frankfurt a.M. 1992.
- HABERMAS 2008: HABERMAS, JÜRGEN: *Ach, Europa.*, Frankfurt a.M. 2008 (Kleine politische Schriften XI).
- HARTMANN 2008: HARTMANN, FRANK: *Medien und Kommunikation*, Wien 2008.
- HERMES 2006: HERMES, SANDRA: *Qualitätsmanagement in Nachrichtenredaktionen*, Köln 2006.
- HILGARTNER/BOSK 1988: HILGARTNER, STEVEN / BOSK, CHARLES L.: *The rise and fall of social problems: A public arenas model*, in: *American Journal of Sociology* 94 (1988), S. 53-78.
- HÖHNE/DIENST 2009: HÖHNE, FOCKE / DIENST, SEBASTIAN, *Das Gesetz zur Erschwerung des Zugangs zu kinderpornographischen Inhalten in Kommunikationsnetzen (Zugangserschwerungsgesetz - ZugErschwG)*, o. O. 2009, @6.
- IVW 2009: INFORMATIONSGESELLSCHAFT ZUR FESTSTELLUNG DER VERBREITUNG VON WERBETRÄGERN E.V. (Hg.): *Auflagenliste*, Berlin 2/2009.
- KLEINZ 2008: KLEINZ, THORSTEN: *Kindesmissbrauch. Zweifel an Leyens Internet-Sperren*, in: *DIE ZEIT*, 25.11.2008, @4.
- MARTIN-JUNG 2005: MARTIN-JUNG, HELMUT: *Die große Bühne der Einsamen. Das Weblog als öffentliches Tagebuch wird immer populärer. „Wir sind Guerilla-Publizisten“*, in: *Süddeutsche Zeitung*, 17.02.2005.
- NEUBERGER 2005: NEUBERGER, CHRISTOPH: *Formate der aktuellen Internetöffentlichkeit. Über das Verhältnis von Weblogs, Peer-to-Peer-Angeboten und Portalen zum Journalismus – Ergebnisse einer explorativen Anbieterbefragung*, in: *Medien und Kommunikationswissenschaft* 53 (2005), S. 73-92.
- NEUBERGER/NUERNBERGK/RISCHKE 2007: NEUBERGER, CHRISTOPH / NUERNBERGK, CHRISTIAN / RISCHKE, MELANIE: *Eine Forschungssynopse zum Wandel der Öffentlichkeit im Internet. Weblogs und Journalismus: Konkurrenz, Ergänzung oder Integration?*, in: *Media Perspektiven* 2/2007, S. 96-112.
- NEUMANN 1990: NEUMAN, W. RUSSELL: *The threshold of public attention*, in: *Public Opinion Quarterly* 54 (1990), S. 159-176.

- PÖTTKER 2009: PÖTTKER, HORST: *Ökonomisierung des Journalismus?*, in: *Journalistik Journal* 1/2009, @11.
- RAABE 2008: RAABE, JOHANNES: *Fokus. Beruf: Journalist*, in: *Journalistik Journal* 1/2008, @12.
- ROSENBERG 2009: ROSENBERG, SCOTT: *Say Everything. How blogging began, what it's becoming and why it matters*, New York 2009.
- SANDER 2009: SANDER, RALF: *Online Petition. So funktioniert die Internetsperre*, in: *stern*, 06.05.2009, @9.
- SCHICHA 2003: SCHICHA, CHRISTIAN: *Kritische Medientheorien*, in: WEBER, STEFAN (Hg.): *Theorien der Medien*, Konstanz 2003, S. 108-131.
- SCHMIDT/FREES/FISCH 2009: SCHMIDT, JAN / FREES, BEATE / FISCH, MARTIN: *Themenscan im Web 2.0. Neue Öffentlichkeiten in Weblogs und Social-News-Plattformen*, in: *Media Perspektiven* 2 (2009), S. 50-59.
- SCHULZKI-HADOUTI 1998: SCHULZKI-HADOUTTI, CHRISTIANE: *Öffentlichkeit ist der Sauerstoff der Demokratie. Günter Wallraff im Interview*, in: *Telepolis*, 06.09.1998.
- SEEBER 2008: SEEBER, TINO: *Weblogs – die 5. Gewalt? Eine empirische Untersuchung zum emanzipatorischen Mediengebrauch von Weblogs*, Boizenburg 2008.
- STEINBERGER 2004: STEINBERGER, PETRA: *Die Fünfte Gewalt. Wie Webtagebücher in Amerika Politik machen*, in: *Süddeutsche Zeitung*, 16.07.2004 @10.
- STÖCKER 2005: STÖCKER, CHRISTIAN: *PR-Problem für Klingeltonhändler. Blogger heizen Jamba ein*, in: *DER SPIEGEL*, 05.01.2005, @15.
- STÖCKER 2009: STÖCKER, CHRISTIAN: *Streit um Internet-Filter. Die Generation C64 schlägt zurück*, in: *DER SPIEGEL*, 02.06.2009, @16.
- TOMIK 2009: TOMIK, STEFAN: *Kinderpornografie. Provider schließen Vertrag für Internet-Sperren*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 17.04.2009, @5.
- UNIVERSAL/MCCANN 2009: UNIVERSAL/MCCANN (Hg.): *Power to the People. Social Media Tracker. Wave 3*, o. O. 2008.
- VOWE/OPITZ/DOHLEIN 2008: VOWE, GERHARD / OPITZ, STEPHANIE / DOHLEIN, MARCO: *Medienpolitische Weichenstellungen in Deutschland – Rückblick und Vorausschau*, in: *Medien und Kommunikationswissenschaft* 2 (2008), S. 159-186.

ZERFAß/BOELTER 2005: ZERFAß, ANSGAR / BOELTER, DIETRICH, *Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien*, Graz 2005.

7 ANHANG

7.1 AUFLÖSUNG DER WEBLINKS

- @1 <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,397397,00.html>, aufgerufen am 23.08.2009.
- @2 <http://www.zeit.de/online/2009/20/netzsperren-kritik-verdrossenheit?page=all>, aufgerufen am 18.08.2009
- @3 <http://journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=51>, aufgerufen am 17.08.2009
- @4 <http://www.zeit.de/online/2008/48/kinderpornographie-internet-sperren-leyen>, aufgerufen am 06.07.2009
- @5 http://www.faz.net/s/Rub594835B672714A1DB1A121534F010EE1/Doc~E48372D1FDD9B4D399B2354E32158308D~ATpl~Ecommon~Scontent.html?rss_googlefeed, aufgerufen am 06.07.2009
- @6 http://www.gesetzesportal.com/jportal/portal/page/fpgesetze.psml/js_p_eid/012122?id=jpr-NLITADG000109&action=controls.Maximize, aufgerufen am 11.07.2009
- @7 <http://www.computerbase.de/lexikon/DNS-Spoofing>, aufgerufen am 18.08.2009
- @8 <http://www.ccc.de/censorship/dns-howto/>, aufgerufen am 22.07.2009
- @9 <http://www.stern.de/computer-technik/internet/:Online-Petition-So-Kinderporno-Sperre/700018.html?p=10>, aufgerufen am 13.07.2009
- @10 <http://www.sueddeutsche.de/kultur/317/406094/text/> aufgerufen am 20.07.2009
- @11 <http://journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=305>, aufgerufen am 03.08.2009
- @12 <http://journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=115>, aufgerufen am 15.08.2009
- @13 <http://www.nightraidrave.de.vu/>, aufgerufen am 15.8.2009
- @14 <http://www.nowpublic.com/politics/million-voices-against-farc>, aufgerufen am 16.8.2009
- @15 <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,335622,00.html>, aufgerufen am 12.08.2009
- @16 <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,628017,00.html>, aufgerufen am 02.06.2009

7.2 CODEBUCH

Unterthese 1: In Weblogs fand eine Entemotionalisierung des Themas statt:

	Emotional						
	Kinder	Missbrauch	Täter	Bekämpfung	Kampf	Freiheit	Opfer
FAZ	65	8	3	9	6	2	5
SZ	24	1	2	2	1	5	1
Welt	13	2	0	0	1	2	0
Nerdcore	34	5	3	3	1	2	1
Netzpolitik	35	13	6	8	12	15	2
Spreeblick	24	13	3	2	1	4	1
	emotional						
	Kinder	Missbrauch	Täter	Bekämpfung	Kampf	Freiheit	Opfer
Zeitung	102	11	5	11	8	9	6
Weblog	93	31	12	13	14	21	4

Abbildung 7.1: Emotionale Begriffe und Verteilung

Gewählte Begriffe:

- Kinder: Der Begriff „Kinder“ war zwar im Titel des Gesetzes, führt jedoch auch zu einer starken Emotionalisierung des Themas. „Kinder“ wurde als offener Suchbegriff gebraucht.
- Missbrauch: Im Zusammenhang mit dem sexuellen Missbrauch von Kindern, der durch das Gesetz thematisiert wurde, ist dieser Begriff stark emotional besetzt.
- Täter: Hier diejenigen Personen, die sich entweder kinderpornographische Inhalte durch das Internet beschaffen oder Menschen, die sexuelle Handlungen an Minderjährigen ausführen. Im Normensystem der Gesellschaft stark emotionalisiert.
- Bekämpfung: Hier oft im Zusammenhang mit Bekämpfung von Kinderpornographie, aber auch die Bekämpfung des *Zugangerschwerungsgesetzes*.
- Kampf: Hier im Zusammenhang mit Kampf gegen Kinderpornographie, aber auch Kampf gegen das *Zugangerschwerungsgesetz*.
- Freiheit: Im Zusammenhang sowohl negativ besetzt (die Freiheit kinderpornographische Daten herunterzuladen) als auch emotionalisiert in der Diskussion um Meinungsfreiheit im Sinne von Art. 5 GG.
- Opfer: Die Opfer von Kinderpornographie, also Kinder, die sexuell missbraucht wurden und Erwachsene die in der Kindheit missbraucht wurden.

	sachlich						
	Inhalt	Nutzer	Sperrern	Argument	Petition	Grundgesetz	Gesetz
FAZ	2	38	33	0	5	0	59
SZ	3	2	4	0	15	0	21
Welt	0	0	2	0	9	0	6
Nerdcore	6	7	39	4	16	4	5
Netzpolitik	29	47	33	12	0	1	45
Spreeblick	1	2	20	2	24	0	21
	sachlich						
	Inhalt	Nutzer	Sperrern	Argument	Petition	Grundgesetz	Gesetz
Zeitung	5	40	39	0	29	0	86
Weblog	36	56	92	18	40	5	71

Abbildung 7.2: Sachliche Begriffe und Verteilung

Gewählte Begriffe:

- Inhalt: Die inhaltliche Diskussion um ein Thema sollte alle Facetten beleuchten. Es wird davon ausgegangen dass, wenn die Rede vom „Inhalt“ ist, mehre Ebenen desselben beleuchtet werden wodurch eine sachliche Ebene erreicht werden kann.
- Nutzer: Die Einbeziehung der Nutzer des Internets spiegelt wieder, dass nicht nur auf Ebene der Kinderpornographie sondern auch die Auswirkungen des Gesetzes beschrieben werden.
- Sperrern: Die tatsächliche Benennung der Konsequenz des Gesetzes (eine Sperrung einzelner Seiten) nicht nur hinsichtlich der Auswirkungen auf die Konsumenten kinderpornographischen Materials deutet auf eine sachliche Auseinandersetzung hin.
- Argument: Das Abwägen von Argumenten unterschiedlicher Interessengruppen wird als Indikator für sachliche Beschreibung gewertet.
- Petition: Die Erwähnung der E-Petition als weitere Interessengruppe wird als sachlich eingestuft.
- Grundgesetz: Der Bezug auf das Grundgesetz ist im Zusammenhang mit dem Prozess der Verabschiedung eines Gesetzes als sachlich zu werten.
- Gesetz: Der Bezug auf das Gesetz ist im Zusammenhang mit dem Prozess der Verabschiedung eines Gesetzes als sachlich zu werten.

	neutral						
	Gegner	Kritik	Befürworter	Diskussion	Protest	geeignet	ungeeignet
FAZ	4	4	0	2	0	0	0
SZ	2	3	0	0	0	0	1
Welt	0	1	0	0	0	1	0
Nerdcore	0	7	0	0	4	1	1
Netzpolitik	4	10	5	7	5	0	0
Spreeblick	0	3	0	9	11	0	0

	neutral						
	Gegner	Kritik	Befürworter	Diskussion	Protest	geeignet	ungeeignet
Zeitung	6	8	0	2	0	1	1
Weblog	4	20	5	16	20	1	1

Abbildung 7.3: Neutrale Begriffe und Verteilung

Gewählte Begriffe:

- **Gegner:** Um alternative Ansichten zu beschreiben ist das Wort „Gegner“ im Allgemeinen geeignet und es ist zu erwarten, dass es in Leitmedien als neutral gewertet wird.
- **Kritik:** Die kritische Auseinandersetzung ist vital für einen funktionierenden Diskurs und kann als neutraler Begriff eingeschätzt werden.
- **Befürworter:** Um alternative Ansichten zu beschreiben ist das Wort „Befürworter“ im Allgemeinen geeignet und es ist zu erwarten, dass es in Leitmedien als neutral gewertet wird.
- **Diskussion:** Die Diskussion von Themen und ihre Darstellung ist Kernaufgabe der Massenmedien. Deswegen kann sie als neutral gewertet werden.
- **Protest:** Um alternative Ansichten zu beschreiben ist das Wort „Protest“ im Allgemeinen geeignet und es ist zu erwarten, dass es in Leitmedien als neutral gewertet wird.
- **Geeignet:** Eine Diskussion der „Eignung“ einer Maßnahme ist im Diskurs wünschenswert und als neutral zu werten.
- **Ungeeignet:** Eine Diskussion der „Eignung“ einer Maßnahme ist im Diskurs wünschenswert und als neutral zu werten.

Für weitere Daten der Untersuchung siehe beiliegende CD-ROM.

Unterthese 2: Eine facettenreiche Berichterstattung fand in Weblogs statt.

	Politik											
	CDU	CSU	FDP	SPD	Grüne	Linke	Leyen	Zypries	Guttenberg	Minister*	Bundestag	Kabinett
FAZ	7	3	2	8	2	1	17	10	9	55	8	7
SZ	3	0	0	4	0	2	9	1	2	14	9	7
Welt	1	0	0	0	0	0	2	0	0	3	2	1
Nerdcore	3	0	0	0	0	0	2	5	1	6	5	2
Netzpolitik	4	1	5	13	24	13	3	6	0	9	6	6
Spreeblick	1	0	1	5	1	0	12	0	7	6	3	0
Summe	19	4	8	30	27	16	45	22	19	93	33	23
	Politik											
	CDU	CSU	FDP	SPD	Grüne	Linke	Leyen	Zypries	Guttenberg	Minister*	Bundestag	Kabinett
Weblogs	8	1	6	18	25	13	17	11	8	21	14	8
Zeitungen	11	3	2	12	2	3	28	11	11	72	19	15

Abbildung 7.4: Kategorie Politik

Eine Aufschlüsselung der Begriffe der Kategorie Politik (siehe Abbildung 8.4) fand in die Untergruppen Parteien, Personen und Institution statt. Die Parteien wurden nach den gängigen Bezeichnungen abgefragt (CDU, CSU, FDP, SPD, Grüne, Linke). Die beteiligten Personen am Gesetzesentwurf wurden zusätzlich abgefragt (von der Leyen, Zypries und Guttenberg). Die Institutionen wurden mit dem offenen Begriff Minister* (also Minister/in/ium/ial etc.) und den Begriffen Bundestag und Kabinett abgefragt.

	Extern								
	Experte	Fachleute	Wissenschaftler	MOGIS	Kinderhilfe	AK Zensur	AK Vorrat	CCC	
FAZ	3	4	0	2	0	0	0	0	
SZ	1	0	0	0	0	0	0	0	
Welt	0	0	0	0	2	0	0	0	
Nerdcore	3	1	0	1	0	0	0	0	
Netzpolitik	4	1	2	0	0	7	0	1	
Spreeblick	0	0	0	1	8	1	0	0	
Summe	11	6	2	4	10	8	0	1	
	Extern								
	Experte	Fachleute	Wissenschaftler	MOGIS	Kinderhilfe	AK Zensur	AK Vorrat	CCC	
Weblogs	7	2	2	2	8	8	0	1	
Zeitungen	4	4	0	2	2	0	0	0	

Abbildung 7.5: Kategorie Extern

Die Kategorie Extern wurde aufgeschlüsselt in die Untergruppen Experten und Interessengruppen (Abbildung 8.5). Zur Untergruppe wurden die Begriffe Experte, Fachleute und Wissenschaftler gezählt, um eventuelle unterschiedliche Benennungen zu erfassen. Zu den Interessengruppen wurden der Verein MOGIS (Missbrauchstopfer gegen Internet Sperren), die Deutsche Kinderhilfe, die Arbeitskreise Zensur und Vorratsdatenspeicherung sowie der Chaos Computer Club gezählt.

	Medium		
	Blog	Zeitung	Pressekonferenz
FAZ	1	8	1
SZ	3	1	0
Welt	0	0	0
Nerdcore	2	1	2
Netzpolitik	4	1	9
Spreeblick	5	1	2
Summe	15	12	14
	Medium		
	Blog	Zeitung	Pressekonferenz
Weblogs	11	3	13
Zeitungen	4	9	1

Abbildung 7.6: Kategorie Medium

Die Kategorie Medium wurde gebildet durch die Begriffe Blog, Zeitung und Pressekonferenz, wobei Pressekonferenz als offener Suchbegriff zu begreifen ist. Pressemitteilungen oder Pressemeldungen wurden also auch erfasst (vgl. Abbildung 8.6).

	Politik			Extern		Medium		
	Partei	Person	Institution	Experten	Interessensgruppen	Blog	Zeitung	PK
FAZ	23	36	70	7	2	1	8	1
SZ	9	12	30	1	0	3	1	0
Welt	1	2	6	0	2	0	0	0
Nerdcore	3	8	13	4	1	2	1	2
Netzpolitik	60	9	21	7	8	4	1	9
Spreeblick	8	19	9	0	10	5	1	2
Summe	104	86	149	19	23	15	12	14
	Politik			Extern		Medium		
	Partei	Person	Institution	Experten	Interessengruppen	Blog	Zeitung	PK
Zeitung	33	50	106	8	4	4	9	1
Weblogs	71	36	43	11	19	11	3	13

Abbildung 7.7: Kategorien und Untergruppen

Abbildung 8.7 gibt einen Überblick über die absoluten Zahlen die während der Untersuchung generiert wurden und ihre Aufschlüsselung in die einzelnen Untergruppen.

Für weitere Daten der Untersuchung siehe beiliegende CD-ROM.

Unterthese 3: In Zeitungen wurde dem Issue kaum Beachtung geschenkt.

Die Abbildungen 8.8 und 8.9 erläutern die zu Grunde liegenden Daten zur Beantwortung der Unterthese 3.

FAZ			SZ			Welt		
Ressort	Seite	Wörter	Ressort	Seite	Wörter	Ressort	Seite	Wörter
21.4.			23.4.			27.4.		
Politik	1	290	Politik	5	376	Politik	4	197
22.4.			27.4.			9.5.		
Politik	2	502	Politik	6	109	Deutschland	4	88
Politik	3	927	7.5.			13.5.		
23.4.			Feuilleton	11	544	Politik	4	173
Politik	2	519	9.5.					
6.5.			Politik	8	222			
Politik	4	796	11.5.					
12.5.			Meinungsseite	4	223			
Politik	10	809	Politik	6	342			
13.5.								
Feuilleton	33	1701						
14.5.								
Feuilleton	35	48						
16.5.								
Politik	4	1081						

Abbildung 7.8: Platzierung der einzelnen Artikel

Ressort	Seite		Platzierung	Artikellänge
Politik	1		S.1	48
Politik	2		S.2	88
Politik	3		S.3	109
Politik	2		S.4	173
Politik	5		S.5	197
Politik	6		S.6	222
Politik	4		S.8	223
Politik	4		S.10	290
Feuilleton	11		S.11	342
Politik	8		S.33	376
Deutschland	4		S.35	502
Meinung	4			519
Politik	6			544
Politik	10			796
Feuilleton	33			809
Politik	4			927
Feuilleton	35			1081
Politik	4			1701

Abbildung 7.9: Ressort, Platzierung und Artikellänge

Für weitere Daten der Untersuchung siehe beiliegende CD-ROM.

Unterthese 4: Weblogs haben als Agenda-Setter für Zeitungen fungiert.

Die Abbildungen 8.10 bis 8.13 geben die Daten zur Überprüfung der Unterthese 4 wieder.

	21.4.	22.4.	23.4.	24.4.	25.4.	26.4.	27.4.	28.4.	29.4.	30.4.	1.5.	2.5.	3.5.	4.5.	5.5.	6.5.	7.5.	8.5.	9.5.	10.5.	11.5.	12.5.	13.5.	14.5.	15.5.	16.5.	17.5.	18.5.	19.5.	
Nerdcore	0	2	0	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Spreeblick	0	0	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	2	0	0	2	0	2	2	2	0	0	1	1	1
Netzpoltik	2	1	2	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	
Weblogs	2	3	4	5	2	1	1	1	2	0	0	0	0	3	1	1	2	3	0	0	3	1	2	4	0	0	1	2	1	
FAZ	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SZ	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	
Welt	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	
Zeitungen	1	2	2	0	0	0	2	0	1	1	0	2	0	2	1	2	1	0	1	0	0									
Zeitungen	1	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	0	2	1	2	1	0	1	0	0	
Weblogs	2	3	4	5	2	1	1	1	2	0	0	0	0	3	1	1	2	3	0	0	3	1	2	4	0	0	1	2	1	

Abbildung 7.10: Überblick Berichterstattung

Der Begriff „Zensursula“ wurde gewählt, weil er sich in sozialen Netzwerken als „Codewort“ für die Vorgänge rund um das *Zugangerschwerungsgesetz* eingebürgert hat.

	21.4.	22.4.	23.4.	24.4.	25.4.	26.4.	27.4.	28.4.	29.4.	30.4.	1.5.	2.5.	3.5.	4.5.	5.5.	6.5.	7.5.	8.5.	9.5.	10.5.	11.5.	12.5.	13.5.	14.5.	15.5.	16.5.	17.5.	18.5.	19.5.
Nerdcore	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Spreeblick	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Netzpoltik	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FAZ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SZ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Welt	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zeit	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zensursula	2	1	1	0																									
Zeitungen	1	2	2	0	0	0	2	0																					
Weblogs	1	0	1	2	0																								

Abbildung 7.11: Begriff "Zensursula"

Die Begriffe „Infrastruktur“ und „Internet- und Netzsperr“ wurden vor allem zu Beginn der Berichterstattung zum größten Teil durch Weblogs genutzt. Dies wurde bei der inhaltlichen Auseinandersetzung mit den Berichten entdeckt. Das führte zur Verwendung dieser Begriffe zur Untersuchung des Agenda-Setting-Effekts von Weblogs auf Zeitungen.

	21.4.	22.4.	23.4.	24.4.	25.4.	26.4.	27.4.	28.4.	29.4.	30.4.	1.5.	2.5.	3.5.	4.5.	5.5.	6.5.	7.5.	8.5.	9.5.	10.5.	11.5.	12.5.	13.5.	14.5.	15.5.	16.5.	17.5.	18.5.	19.5.
Nerdcore	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Spreeblick	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Netzpoltik	0	2	2	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FAZ	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SZ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Welt	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zeit	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Infrastruktur	0	1	0																										
Zeitungen	0	1	0																										
Weblogs	0	2	2	0	0	1	0	1	0																				

Abbildung 7.12: Begriff "Infrastruktur"

	21.4.	22.4.	23.4.	24.4.	25.4.	26.4.	27.4.	28.4.	29.4.	30.4.	1.5.	2.5.	3.5.	4.5.	5.5.	6.5.	7.5.	8.5.	9.5.	10.5.	11.5.	12.5.	13.5.	14.5.	15.5.	16.5.	17.5.	18.5.	19.5.	
Netz+/																														
Internetnsperre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Zeitung Netzsperr	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	3	1	0	0	3	0	0	
Zeitung Internetsp	0	3	0	2	0	1	0	2	3	0	0	0	0	2	3	0	2	1	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	1	
Blog Netzsperr	0	3	2	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	3	0	0	1	0	0	3	0	0	0	0	4	
Blog Internetsperr	0	3	2	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	3	0	0	1	0	0	3	0	0	0	0	4	
Netz+/																														
Internetnsperre	0	1	1	0	0	0	1	0	2	0	0	1	0	0	3	1	0	0	3	0	0									
Zeitungen	0	6	2	3	1	1	1	3	4	0	0	0	0	3	3	0	2	4	0	0	1	0	1	5	0	0	0	5	1	
Weblogs	0	6	2	3	1	1	1	3	4	0	0	0	0	3	3	0	2	4	0	0	1	0	1	5	0	0	0	5	1	

Abbildung 7.13: Begriff „Internet- und Netzsperr“

Für weitere Daten der Untersuchung siehe beiliegende CD-ROM.

7.3 CD-ROM

Ehrenwörtliche Selbstständigkeitserklärung

Ich versichere ehrenwörtlich durch meine Unterschrift, dass ich die vorstehende Arbeit selbständig und ohne fremde Hilfe angefertigt und alle Stellen, die ich wörtlich oder annähernd wörtlich aus Veröffentlichungen entnommen habe, als solche kenntlich gemacht habe, mich auch keiner anderen als der angegebenen Literatur oder sonstiger Hilfsmittel bedient habe. Die Arbeit hat in dieser oder in ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegen.

Berlin, den 28.08.2009