

Stefanie Stradmann

## **Weblogs vs. Journalismus**

*Konkurrenzkampf oder Symbiose?*

## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2010 Diplom.de  
ISBN: 9783836645843

**Stefanie Stradmann**

## **Weblogs vs. Journalismus**

**Konkurrenzkampf oder Symbiose?**



Stefanie Stradmann

## **Weblogs vs. Journalismus**

*Konkurrenzkampf oder Symbiose?*

Stefanie Stradmann  
**Weblogs vs. Journalismus**  
Konkurrenzkampf oder Symbiose?

ISBN: 978-3-8366-4584-3

Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2010

Zugl. Fachhochschule Oldenburg/Ostfriesland/Wilhelmshaven, Standort Wilhelmshafen,  
Wilhelmshaven, Deutschland, Bachelorarbeit, 2010

---

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und der Verlag, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH  
<http://www.diplomica.de>, Hamburg 2010

# Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	II
Abbildungsverzeichnis	IV
1 Einleitung.....	1
2 Weblogs = Journalismus? .....	2
2.1 Abgrenzung.....	2
2.1.1 Definition Weblogs.....	2
2.1.3 Definition Journalismus.....	6
2.1.3 Exkurs: Journalisten Blogs .....	7
2.3 Selbst- und Fremdbild.....	8
2.3 Strukturen und Merkmale .....	13
2.3.1 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen im Kontext mit Kommunikationsstrukturen .....	13
2.3.2 Öffentliche Aufgaben und rechtliche Stellung .....	17
2.3.3 Zielgruppen und Publikum .....	20
2.3.4 Qualitätssicherung und Glaubwürdigkeit.....	21
3. Inhaltsanalyse.....	24
3.1 Operationalisierung.....	24
3.1.1 Stichprobenbildung.....	24
3.1.2 Kategorisierung und Hypothesenbildung .....	24
3.2 Testgütekriterien .....	27
3.2.1 Reliabilität.....	27
3.2.2 Validität .....	27
3.2.3 Objektivität .....	27
3.2.4 Repräsentativität .....	28
3.3 Ergebnisse .....	28
3.3.1 Aktualität .....	28
3.3.2 Publizität .....	29
3.3.3 Objektivität .....	29
3.3.4 Thematische Breite, Analysetiefe und somit Sachkompetenz.....	30
3.3.4 Verständlichkeit.....	33

3.3.5 Trennung von Nachricht und Werbung .....	34
3.4 Interpretation.....	35
4. Fazit .....	37
4.1 Ausblick.....	40
Glossar .....	42
Literaturverzeichnis .....	45
Anhang.....	A
Eidesstattliche Erklärung	

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Sprachverteilung von Weblogs 2006.....	5
Abbildung 2: Struktur Blogosphäre .....	16
Abbildung 3: Publizität.....	29
Abbildung 4: Objektivität .....	30
Abbildung 5: Informationsgehalt.....	31
Abbildung 6: Recherchetiefe und Transparenz .....	32
Abbildung 7: Durchschnittlicher Umfang der Artikel.....	33
Abbildung 8: Trennung von Nachricht und Werbung.....	34
Abbildung 9: Vergleich „Die Welt“ vs. „Netzwertig“) .....	36
Abbildung 10: Informationskreislauf) .....	39

# 1 Einleitung

Mit dem Aufkommen des so genannten Web 2.0 und der Entwicklung einfacher *Content-Management-Systemen* sowie leicht handhabarer *Social Software*, entstand in den letzten Jahren ein enormes Potenzial einer Neustrukturierung der gesellschaftlichen Kommunikationswege- und Formen. Der *partizipative Journalism*, auch *Grassroots Journalism* genannt, erlebte einen regelrechten Boom, währenddessen der traditionelle Journalismus<sup>1</sup> immer mehr sein Monopol, Informationen für die breite Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen, verlor. Längst sind Journalisten nicht mehr als alleinige *Gatekeeper* zu betrachten, sondern stehen viel mehr einem Publikum gegenüber, welches eigenständig und individuell seine Informationen sondiert und sich vom Rezipienten zum Produzenten entwickelt. „Das Internet hat nicht nur neugierige Surfer hervorgebracht, sondern auch die historische versunkene Gestalt eines egalitären Publikums von schreibenden und lesenden Konversationsteilnehmern [...] wiederbelebt“ (Neuberger 2009, S.19). „Neue globale und netzwerkorientierte Kommunikationsmedien ermöglichen Formen der organisierten und strukturierten Berichterstattung, die nicht mehr an Institutionen oder Medienunternehmen gekoppelt sind“ (Bucher/Büffel 2005, S.86). Neben *Wikis*, *Podcasts* und *Communities* geraten besonders Weblogs immer wieder ins Auge des öffentlichen Interesses. Durch geringere technische, ökonomische, kognitive und rechtliche Barrieren bietet Weblogs jedem die Möglichkeit des Publizierens (vgl. Neuberger 2009, S. 37). Laien versuchen sich als Journalisten, um unter anderem von den Massenmedien nicht bedachte Nischen zu füllen. Unterstützt wurde diese Entwicklung durch eine aufkommende Unzufriedenheit mit der Insuffizienz der klassischen Medienkommunikation unter globalen Kommunikationsbedingungen im Zusammenhang mit einer oft kritisierten Kommerzialisierung oder Medialisierung des traditionellen Journalismus (vgl. Bucher / Büffel 2005, S.89). So sehen viele in Weblogs das Potenzial einer unabhängigen Gegenöffentlichkeit (vgl. u.a. Bucher/Büffel 2005/ Seeber 2008), und eine neue Form der Berichterstattung, andere wiederum den „Sargnagel“ des traditionellen Journalismus (vgl. Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2009, S. 138; Zit. Alphonso 2004) oder nicht viel

---

<sup>1</sup> Die Begrifflichkeit des „traditionelle Journalismus“ bezieht sich im Rahmen dieser Arbeit auf professionell-redaktionell organisierte Medien des Hörfunks, Rundfunks und Printmedien.