

Weblogs von Jugendlichen als Bühnen des Identitätsmanagements. Eine explorative Untersuchung.

von Ingrid Francisca Reichmayr, Wien

Zusammenfassung

Die Ergebnisse einer qualitativ und explorativ konzipierten Untersuchung von 40 Weblogs Jugendlicher und junger Erwachsener zeigen das Potenzial von Weblogs für die Selbstdarstellung und das Identitätsmanagement, welche von den Jugendlichen mit beträchtlichem Arbeitsaufwand betrieben werden – von der Entwicklung und Erprobung sprachlichen Ausdrucks bis zum aufwändig betriebenen Design. Die fast ausschließlich als persönliche Tagebücher und zum überwiegenden Teil von Mädchen und jungen Frauen aus „bildungsnahe“ Schichten geführten Weblogs unterstützen – im Verbund mit anderen Jugendmedien – interaktive Peer-Group-Netzwerke, die zur Reflexion und Alltagsstrukturierung, zum Erwerb von Wissen und Kompetenzen, aber auch zu (selbst-)therapeutischen Zwecken und intensiver Auseinandersetzung mit dem Freundeskreis über Themen wie Schule, Freizeitgestaltung, Musik und Beziehungen genutzt werden. Weblogs steigern somit die Chancen für gelingende Kommunikationen und können – insoweit sie den Erwerb sowohl personenbezogener als auch beruflich relevanter Kompetenzen fördern – funktional für eine Gesellschaft sein.

1 Jugendliche und Weblogs

Seit dem Auftauchen der ersten Weblogs¹ Mitte der 90er Jahre sind etwa zehn Jahre vergangen. In dieser Zeit hat sich diese Kommunikationsform in großem Maße verbreitet. Um nur eine einzige Zahl zu nennen: Die BlogSuchmaschine „Technorati“ zählt mit Stichtag 26. Oktober 2005 weltweit 20,1 Millionen Weblogs. Wie immer man diese Zahl auch interpretieren mag, eines ist unübersehbar: Parallel zum Wachstum laufen Differenzierungsprozesse, die sowohl Weblogsysteme und –anbieter, als auch Webloginhalte und –themen, Präsentationsformen, Kommunikationszwecke und, nicht zuletzt, Weblogbetreiberinnen und –nutzerinnen umfassen. Die Vehemenz dieser Prozesse legt nahe, dass gesellschaftliche und personale Notwendigkeiten und Gratifikationen für das Führen von Weblogs existieren, die von anderen Kommunikationsformen nicht mit dieser Effizienz übernommen werden können. Im Zuge einer systematischen Erforschung der „Praktiken des Bloggens“ (Schmidt 2005) geht es darum, all die genannten Bereiche und Nutzergruppen einzubeziehen.

Es gibt wenig Zahlenmaterial darüber, wie viele Jugendliche² bloggen. Auf die USA bezogen stellt das PEW Internet and American Life Project (2005) fest, dass der typische Blogger männlich, unter 30, ein Internet-Veteran mit sechs und mehr Jahren Internet-Erfahrung ist, finanziell gut gestellt, mit höherer Schulbildung (PEW Internet and American Life Project

¹ Kurzdefinition: häufig veränderte Webseiten, in denen datierte Einträge in umgekehrt chronologischer Reihenfolge aufgeführt werden.

² In einer erweiterten Definition: 13- bis 24 Jährige.

2005). Die Perseus Development Corporation, die 2005 10.000 Weblogs untersuchte, spricht von 58,3 % Nutzern von 13 bis 19 Jahren und 36 % Nutzern von 20 bis 29 Jahren, davon 31,9 % männlich und 68,1 % weiblich (Perseus Development Corporation 2005).

An inhaltsanalytischen Untersuchungen von Weblogs Jugendlicher sind die Studien von Herring/Scheidt et al. (2004), Huffaker/Calvert (2005), Miller/Shepherd (2004) und Scheidt (2004) zu nennen. Darin werden vor allem Genre, Sprache und Darstellung der Jugendlichen, Gender-Unterschiede und Publikumstypologien analysiert. In einer Genre-Analyse unterscheiden Herring et al. (2004) Filterblogs³, Tagebuch-Blogs, Wissensblogs⁴, gemischte Blogs sowie eine Restkategorie; sie identifizieren 70 % des Samples als Tagebuch-Blogs. Der NITLE Blogzensus untersuchte 2003 insgesamt 776 englischsprachige Weblogs und fand heraus, dass etwa gleich viele Männer wie Frauen bloggen, die Hälfte der Weblogs aber dem Genre „persönliches Tagebuch“ zu zuordnen sei und zu 56 % von Frauen geschrieben würden (NITLE Blogzensus 2003). Eine Zählung polnischer Weblogs in 2003 ergab, dass 62 % der Weblogs von Frauen geschrieben werden, 75 % der Blogger sind unter 20 (Blogcount.com 2003). Diese Ergebnisse ergeben folgendes Gesamtbild: Die zahlenmäßig größte Gruppe von Bloggern ist unter 30 Jahren alt, fokussiert auf „Weblogs als persönliche Tagebücher“ und besteht mehrheitlich aus Frauen.

Aus der Homepageforschung (Döring 2003; Chandler 1997) und Untersuchungen von Nickpages der Internet-Community „Uboot“ (Reichmayr 2004) – also Medienformaten, die es schon vor der Einführung von Weblogs gab – geht hervor, dass Homepages von Jugendlichen vor allem zu Selbstpräsentationen genutzt werden. Dies deshalb, weil Jugend eine Zeit verstärkter Identitätssuche und Auseinandersetzung mit sich selbst und den anderen, den Anforderungen und Erwartungen der Gesellschaft sowie einer Vielzahl möglicher Lebensmodelle ist. Ressourcen für Identitätsentwicklung sind, neben Familien, Schulen, Vereinen und Freunden, vor allem Jugendszenen, die Massenmedien (allen voran das Fernsehen) und Internet-Gemeinschaften, die sich um für Jugendliche bedeutungsvolle Themen wie Musik, Sport, Rollenspiele, WareZ⁵ und mehr bilden. Diese Ressourcen werden – gemeinsam und in Interaktion mit der Peer-Group auf Orientierungs-, Struktur- und Verhaltenswissen abgetastet⁶, gemäß aktueller Werthaltungen und Bedürfnisse ausgewählt und mit individuellen Deutungen in Einklang gebracht.

³ Blogger verlinken zu interessanten Seiten, die sie im Netz gefunden haben und kommentieren diese.

⁴ Weblogs, die auf Lernen, Informationsaustausch und Wissen bezogen sind.

⁵ „WareZ“ bezeichnet im Computerjargon illegal beschaffte und verbreitete Software – eine Raubkopie. Das Wort stammt vom Begriff ‚Software‘ ab, wobei das Plural-S im Zuge des ‚Leetspeak‘ (Verfremdung der Wörter durch ähnlich aussehende alphanumerische Zeichen und Buchstaben) durch ein ‚z‘ ersetzt wurde. Die Aktivitäten der WareZ-Szene finden nahezu ausschließlich im Internet statt und bestehen darin, piratisierte Software (Filme, Spiele, Programme, digitalisierte Printmedien und Musik) auf unterschiedliche Arten auszutauschen“ (Jugendszenen.com 2005).

⁶ Orientierungswissen gibt einen Überblick über ein bestimmtes Gebiet, beispielsweise die „Möglichkeiten der Kommunikation mit einem Weblog“, Strukturwissen bringt Einblicke in systemische Zusammenhänge und Relationen zu Anderen („die Blogosphäre“), Verhaltenswissen umfasst prozedurale Regeln („wie wird ein Weblog betrieben?“).

Die Suche nach Identität als „fiktionale Bewegung auf etwas Einheitliches“ zu (Heinrichs 1999: 56) stellt sich somit als sozialer, diskursiver und dynamischer Prozess dar, dessen Vermittlung nach außen an die Fähigkeit gebunden ist, sich selbst, bzw. seine (Teil-) Identitäten darstellen und „stilisieren“ zu können. Kristallisationspunkte dieser Prozesse sind interaktive (Telefonie, Instant Messaging, Chats, Internetforen, E-Mails senden und lesen), aktive (z.B. Herunterladen von Musik- und Grafikdateien, Surfen von Webseiten) und stimmungsfördernde Medien und Kommunikationsformen (z.B. Musik hören via MP3-Player und PC). Anzunehmen ist, dass der Bekanntheitsgrad von Weblogs bei Jugendlichen schnell anwachsen wird, vor allem weil globale und regionale (Jugend-) Communities wie Myspace.com, MSN-Spaces oder SMS.at Weblogs als Teils des Gesamt-Accounts anbieten.

2 Ergebnisse der Untersuchung

2.1 Anlage der Untersuchung und demografische Merkmale

In der nachfolgend skizzierten Untersuchung (vgl. auch Reichmayr/Reichmayr 2005) interessierte unter anderem, welche pragmatischen kommunikativen Zwecke das Betreiben und Lesen von Weblogs neben oder im Verbund mit den oben erwähnten Tätigkeiten zur Selbstpräsentation und Identitätsbildung abdecken kann. Untersucht wurden die Weblogs von 40 Jugendlichen bzw. jungen Erwachsenen im Alter von 13 bis 24 Jahren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, wobei der größte Anteil mit 36 Weblogs in Deutschland liegt. Bis auf zwei Personen sind die Jugendlichen Schülerinnen, davon besuchen 80 % höhere Schulen (Gymnasien). Die größte Gruppe sind die 15- bis 17 Jährigen. Vorherrschend ist das weibliche Geschlecht (37 von 40). Der Untersuchungszeitraum war Mai 2005. Die Weblogs wurden sowohl über Suchmaschinen gefunden, als auch über ein Schneeballsystem: Von einem für das Sample als passend befundenen Weblog ausgehend, wurde über dessen Verlinkung nach weiteren Weblogs gesucht. Kriterien für die Aufnahme ins Grundsample waren das Alter (13 – 24 Jahre), die Zuordnung der Bloggerinnen zum deutschen Sprachraum und ein Minimum von drei Einträgen im Untersuchungsmonat. Bis auf ein Gruppenweblog, das von vier Mädchen geschrieben wird, werden alle Blogs von Einzelpersonen betrieben.

Die Anbieter (Hosts) der gefundenen Blogs sind „Myblog“, „Blogigo“ und die „Tagebuch-Oase“. Die Blog-Funktionen sind bei allen Systemen ähnlich: Es gibt Editoren zum Verfassen der Einträge, Kommentar- und Kontaktsysteme, Passwortschutz, Archive, Besucher-Statistiken, RSS-Feeds⁷, verschiedene vorgefertigte Designs und mehr. Myblog bietet zusätzlich auch die Möglichkeit, komplett eigene Layouts zu erstellen.

Im Untersuchungsdesign gingen wir von einem konstruktivistischen Theorieverständnis, im konkreten Forschungsdesign von der „gegenstandsbegründeten Theoriebildung“ nach Glaser/Strauss aus, die den erhobenen Daten und dem „Feld“ Priorität vor Vorab-Hypothesen

⁷ Rich Site Summary oder Really Simple Syndication: Verfahren zur medienneutralen Aufbereitung und Übermittlung von Web-Inhalten mit Hilfe von XML-Dateien.

einräumt (Flick 2004). In Dokumentationsbögen wurden 22 grundlegende Untersuchungs-Items für eine strukturelle Mikro-Analyse festgelegt. Mittels Bruchstellenanalyse wurden die Bögen laufend angepasst und nachjustiert. Zusätzlich wurden alle 40 Bloggerinnen via E-Mail angeschrieben und über Motive und Hintergründe für das Bloggen befragt. Der Rücklauf betrug 25 %.

Die Darstellung der Ergebnisse erfolgt in drei Schritten: In Abschnitt 2.2 werden erste Befunde der Analyse ausgewählter Praktiken des Bloggens präsentiert, in Abschnitt 2.3 Ergebnisse zur jugendlichen Identitätskonstruktion diskutiert und in Abschnitt 2.4 zwei Fallbeispiele vorgestellt.

2.2 Ergebnisse ausgewählter Praktiken des Bloggens

Fast alle Weblogs im Sample sind Tagebuch-Blogs, ein Weblog ist ein „Mixed-Filter-Blog“, in dem sowohl auf Webinhalte verwiesen und verlinkt, als auch Themen mit persönlichem Bezug diskutiert werden. 26 Mädchen und junge Frauen bloggen zwischen zwei Monaten und einem Jahr, zwölf seit einem Monat oder kürzer und zwei Personen zwischen einem Jahr und etwas mehr als drei Jahren.

Die folgende Übersicht expliziert Rollen, die sich auf Grund der Häufigkeit und der Länge der Einträge herausgebildet haben:

Häufigkeit des Bloggens	Länge der Einträge
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Vielbloggerinnen</i> (bloggen mehr als einmal täglich / mehr als 50 Einträge pro Monat): neun ▪ <i>Regelmäßige Bloggerinnen</i> (bloggen täglich oder fast täglich / mehr als 14 Einträge pro Monat schreiben): 13 ▪ <i>Sporadische Bloggerinnen</i> (bloggen nur gelegentlich, aber doch kontinuierlich): 18 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Vielschreiberinnen</i> (1500 bis 2000 Zeichen pro Eintrag): vier ▪ <i>Ausführliche Posterinnen</i> (zwischen 800 und 1500 Zeichen pro Eintrag): acht ▪ <i>Durchschnittsposterinnen</i> (200 bis 800 Zeichen pro Eintrag): 25 ▪ <i>Kurzposterinnen</i> (weniger als 200 Zeichen pro Eintrag): drei

Zwischen der Häufigkeit des Bloggens und der Länge der Einträge gibt es keine signifikanten Korrelationen. Tendenziell posten die regelmäßigen Bloggerinnen durchschnittlich lange bis kurze Posts. Unter jenen Mädchen, die sehr viel bloggen, gibt es sowohl Vielschreiberinnen, als auch Durchschnitts- und Kurzposterinnen, dasselbe gilt aber auch für die sporadischen Bloggerinnen.

Auf die Gestaltung und das Layout bezogen lassen sich zehn „Designexpertinnen“ ausmachen, die sich HTML-, Frontpage- und CSS⁸-Kenntnisse aneigneten, um aufwändige Designs erstellen zu können. Drei dieser Mädchen und zwei weitere könnte man zudem als „Designwechslerinnen“ bezeichnen, weil sie das Blog-Layout mindestens fünfmal pro Monat verändern.

Von den Bloggerinnen insgesamt, erweisen sich fünf als „Geschichtenerfinderinnen und Dichterinnen“ und acht Mädchen haben eine „Meinungsführerinnen“-Rolle inne. Ihre Einträge finden besonders große Beachtung und werden oft kommentiert, mit einem Minimum von drei und einem Maximum von 7,3 Kommentaren pro Eintrag.

Aspekte der Selbstdarstellung äußern sich an personalisiertem Design, dem Ausmaß der persönlichen Information im Profil/about, dem Titel des Weblogs, dem Nicknamen und Links zu eigenen Home- oder Fotopages. Die Selbstdarstellung war bei 19 Bloggerinnen umfassend, bei 19 moderat und bei zwei Personen gering. Der Ich-Bezug (auf eigene Problemlagen und Stimmungen) ist bei 14 Bloggerinnen sehr hoch (fast in jedem Eintrag). Die meisten der Jugendlichen haben dem Weblog einen Namen gegeben, der sich auf den eigenen Namen (Lauri's Blog), auf das Bloggen selbst („A Letter to Me“), auf Sinn-Aussagen („dReAmS aRe my Reality“), räumliche Festsetzungen („ich wohne hier“) bezieht. Zusätzlich wird von vielen Jugendlichen ein Nickname verwendet, wie „rebella“ oder „diekleneblonde“.

Themen, über die geschrieben wird, sind an oberster Stelle die Schule (mit Ereignissen und Problemen damit), gefolgt von Freizeitplanung und Berichten über Events, Stimmung und Befindlichkeiten, Musik und Liedertexte, sowie Beziehungsangelegenheiten. Zwei beispielhafte Einträge:

„Stimmung: Subba

Musik: Clockwork Crew – Bitch!

Yeah so gut drauf wie gestern und heute war ich schon lange nicht mehr! Ich bin gut in der Schule obwohl das mit dem Scheißebauen schon wieder anfängt, ich komm im Moment mit jedem gut klar, ich hab in 3 Wochen 4 kg abgenommen, heute hat meine Sarah Geburtstag (Alles Gute noch mal!) eeehm es gibt im Moment auch viel zu lästern und zu lachen, weil es echt viele dumme Leute gibt die se eindeutig nimmer alle haben und einfach nich mehr klarkommen (Anny du weisst von wem ich rede ☺) ... Joa, noch was? Mir fällt gerade nix mehr ein, naja auf jeden Fall läuft im Moment alles super!“ (w, 17)

„The Adicts

von: Grinsekatz

Musik: G.I.R.L. von den Adicts

Die Adicts waren eine tolle britische Band, die sich in den späten 70er Jahren gegründet

⁸ Cascading Style Sheets (CSS) ist eine Stylesheet-Sprache (vergleichbar einer Formatvorlage) für strukturierte Dokumente, z.B. HTML- oder XML-Dokumente. Sie ermöglicht das Trennen von Inhalt und Stil und wird von den Jugendlichen vor allem bei der Gestaltung von Hintergrundbildern mit Farb- und Schriftkomponenten eingesetzt. Cascading Style Sheets. In: Wikipedia. URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Cascading_Style_Sheets (Stand: 15.10. 2005).

hat. Als Vorbild für ihren Look nahmen sie sich den Science-Fiction-Film Clockwork Orange von Stanley Kubrick. Zu ihrer Zeit hatten sie nie Erfolg, weil sie einfach zu spät kamen, aber heute kennt sie jeder!

Die Adicts sind meine zweitliebste Band. Direkt nach den Dead Kennedys. Sie sind innovativ und experimentell und haben dramatische, mitreißende Lieder. Joker In The Pack mag ich im Moment am meisten. Das Geigen Solo ist ja so dramatisch! *schwärm* Ich hab jetzt 18 tolle Lieder und die geb ich nie mehr her!!!! [Smiley]“ (w, 17)

Die Interaktivität und Interkonnektivität der Weblog-Kommunikation ist erkennbar an der Adressierung von Freundinnen in Einträgen, Kommentaren, Gästebüchern, Blog-Links und Design. Sie wurde bei zwölf Bloggerinnen hoch bewertet bei oftmaliger Bezugnahme auf gemeinsam Erlebtes, ständiger persönlicher Adressierung der Leserschaft, häufigen Reaktionen des Publikums in Kommentaren und Gästebüchern. An Varianten der Adressierung wurden vorgefunden: Begrüßung und Verabschiedung, Bitten um Vorschläge oder Beurteilung des Weblogs, Bitte um Hilfe oder Ratschläge („Hat jemand zufällig den Songtext zu I’m a Bitch von Alanis Morissette? Bitte“), Liebesbezeugungen, Fragen („Wieso muss man manche Dinge mit Fäusten regeln?“) und mehr.

Die Kommentare des Publikums können tröstend, aufmunternd oder bewundernd sein („Find dein jetztiges Lay seeehr süß“), aber auch beglückwünschen oder Meinungen äußern. Auch sehr ernsthafte Auseinandersetzungen kommen vor („[...] Dir wünsche ich alles Gute und das du es schaffst, damit aufzuhören. Ob kiffen eine Lösung ist, na, ich weiß nicht. Es verstärkt nämlich nur deine Momentanen Gefühle, wenn es dir gut geht, dann geht es dir noch viel besser, und wenn es dir schlecht geht, dann noch viel schlechter. Versuche, vielleicht etwas zu finden, was dir die Liebe zum Leben zurück gibt.“).

Die Verbindung zu anderen Weblogs, ersichtlich aus der Anzahl der Bloglinks, reicht von gar keiner Verlinkung (drei Personen) bis zu 78 Bloglinks, wobei 30 Bloggerinnen zwischen einem und 20 Links haben. Aus der Verfolgung der Links ist zu erkennen, dass die meisten Links zu Schulkolleginnen oder Freundinnen führen, die ihrerseits wieder zurücklinken. Eine besondere Form der Verbundenheit mit einem ausgewählten Freundeskreis sind Passwortblogs, also Weblogs, die nur von jenen, die das Passwort wissen, gelesen werden können.

In den Weblogs äußert sich sprachliche Kreativität und Freude am Ausdruck, erkennbar an den Einträgen und dem Einsatz von sprachlichen, aber auch nicht-sprachlichen Mitteln (wie Emoticons) sowie im Entwickeln von Ausdrucksvermögen bei der Schilderung von Problemlagen oder Ereignissen. Vier Bloggerinnen erfinden regelmäßig Geschichten, dichten oder präsentieren Bildgeschichten und Dialoge. Der spielerische Umgang mit Sprache, zum Beispiel in Form von Wortspielen und neuen Wortschöpfungen, hat bei 14 Bloggerinnen einen hohen Stellenwert, bei 17 Bloggerinnen einen mittleren und bei neun einen geringen.

14 Bloggerinnen verwenden gehobene Umgangssprache, 26 schreiben im Dialekt und Slang („boah, was für ein scheiß tag ... die klausur total verhaun ... naja dafür in englisch 14 punkte bekommen ... die nützen mir aba in wirtschaft nich viel ...“). Jugendsprache ist in allen Weblogs zu finden („ihm hat der urlaub voll gefallen“, „das is derbe fies“, „ich hab die checkung verloren“).

kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 8

http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B8_2005_Reichmayr.pdf

An Diskussionen in den Weblogs, Kommentaren und Layoutveränderungen zeigt sich Interesse an Designfragen. Großes Interesse war bei elf Mädchen zu bemerken, mittelmäßiges bei 13 Mädchen und kaum vorhandenes bei 16 Bloggerinnen. Die Gestaltung des Designs erfolgt in drei Abstufungen: 24 Bloggerinnen verwenden die vorgegebene Layoutvariante des Bloganbieters, acht Mädchen die vorgegebene Variante, aber individualisiert durch eigene Beifügungen und Veränderungen. Acht Mädchen gestalten ihr Weblog sehr aufwändig, man könnte sagen professionell. Die Designs sind „romantisch“, „künstlerisch“ (Blumen, Fotos von Stars, oft in Pastellfarben), als Gothic Designs (in Schwarz-Weiss, mit entsprechenden Fotos) oder völlig individuell. Die Wahl des Designs ist in engem Zusammenhang mit Szenezugehörigkeit, Einstellungen und Vorlieben zu sehen, beispielsweise werden Lieblingsschauspieler, Sänger, Stars oder Vertreter bestimmter Stilrichtungen in Header oder Hintergründe eingebaut.

Folgende Gründe für das Bloggen werden sowohl in den E-Mail-Rückmeldungen, als auch in den Blogs genannt (ohne Reihung oder Wertung): „Sich selbst nach außen zu präsentieren“, „die Möglichkeit, den Kontakt zu Freunden, die man nicht ständig sieht, aufrecht zu erhalten und sie auf dem Laufenden zu halten“, „das Leben mit anderen teilen“, „zum Zeitvertreib, aus Langeweile“, „das Einholen von Meinungen anderer, Austausch von Erfahrungen“, „Hilfe bekommen, Hilfe geben“, „Resumée über den Tag ziehen“, „neue Leute kennenlernen, am Leben anderer teil zu haben“, „Schreiben ist ein Hobby, man kann sich sprachlich entwickeln, seine Eloquenz ausspielen, man ist durch das Schreiben gefordert“, „Schreiben als Therapie (Verarbeiten von Dingen)“, „Neues entdecken – Bloggen bildet“, „Einem Trend nachgeben“, „alle FreundInnen bloggen – Gruppendruck“, „Schreiben am PC fällt leichter als handschriftlich Tagebuch zu führen“.

Bei den vorgestellten Aspekten waren Altersunterschiede nur tendenziell zu bemerken. Es zeigt sich mit zunehmendem Alter eine zunehmende Öffnung gegenüber Inhalten, die außerhalb der eigenen Person liegen und eine Vorliebe für einfaches und übersichtliches Design. Aufgefallen ist, dass sieben der Mädchen relativ früh zu bloggen begonnen hatten, mit zwölf bis 14 Jahren.

2.3 Die Arbeit am Ich

Die Potenziale und Konsequenzen von Weblogs für die Selbstdarstellung und Identitätskonstruktion können in fünf ‚Thesen‘ zusammengefasst werden.

Die Arbeit am Ich erfolgt umfassend und durchgängig

Alle der untersuchten Weblogs haben Tagebuch-Charakter, auch jene, die Ansätze von „Webfiltern“ zeigen. Die Ausführlichkeit und Darstellung der Tagesbeschreibung variiert von durchgestrichenen To-Do-Listen bis zu detaillierten Schilderungen. Die Darstellung der Lebenssituation erfolgt konsistent und oft akribisch. Das Spielen mit vorgegebenen Identitäten, manchmal in Chats und Online-Spielen als „Gender-Switching“ betrieben, spielt bei den untersuchten Weblogs anscheinend keine Rolle. Diese Beobachtung entspricht auch den Ergebnissen der Untersuchung von Huffaker/Calvert (2005), die noch zusätzlich anmerken, dass Teenager eine beachtliche Fülle von Informationen enthüllen, was Cyberstalker anlocken könnte.

kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 8

http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B8_2005_Reichmayr.pdf

Die Arbeit am Ich erfolgt reflexiv

Reflexion zeigt sich an den in den Einträgen behandelten Themen: Ereignisse in der Schule und Probleme mit Schule und Lehrern stehen an vorderster Stelle, gefolgt von der Freizeitgestaltung (ein weiterer Ort der Arbeit am Ich), an der ausführlichen Beschreibung der jeweiligen Stimmungs- und Gefühlslagen, am Erörtern von Beziehungs-, Gesundheits- und finanziellen Problemen. Meist wird am späten Nachmittag (nach der Schule) oder am Abend gebloggt, um Zwischenbilanz oder Bilanz zu ziehen. Der Weblog-Titel „im-blick-zurück“ drückt dies wohl am besten aus.

Die Arbeit am Ich erfolgt interaktiv und innerhalb der Peer-Group

Der Unterschied zu herkömmlichen Tagebüchern liegt darin, dass öffentlich für ein antizipiertes und zum Großteil bekanntes Publikum geschrieben wird, von dem man sich Antworten und Reaktionen erwartet. Laut eigener Aussagen kennen die meisten unserer Bloggerinnen die (wenigen) Menschen, mit denen sie verlinkt sind, persönlich und es war bei 39 von 40 Bloggerinnen keine Verlinkung zu einem der bekannten A-Blogs zu finden. Die Interaktivität innerhalb der kleinen Gruppen ist hoch, was sich an Kommentaren, Gästebucheinträgen oder an Formulierungen, in denen auf Ereignisse in der Schule, beim Sport etc. Bezug genommen wird, zeigt. Meinungsführerinnen, deren Einträge immer besonders viele Reaktionen hervorrufen und deren Weblogs häufig gelesen werden, sind zu erkennen.

Manche Weblogs sind für Uneingeweihte rätselhaft und undurchschaubar: Man findet die Einträge nicht, kann die Scrollbars nicht sehen, Ordnungselemente wie die Sidebar werden aufgelöst oder verändert, Begriffe wie „Archiv“ werden umbenannt oder anders kodiert eingegeben, ersetzt durch Zahlen oder Zeichen. Die von (erwachsenen) Bloggern und Blog-Designern gewünschte Übersichtlichkeit wird von den Jugendlichen wieder außer Kraft gesetzt. Dies legt den Eindruck nahe, dass man sich den Zugang zum Weblog erst erarbeiten muss beziehungsweise sich sowieso nur Eingeweihte zurecht finden (sollen). Die Selbstdarstellung richtet sich hier deutlich an ein bekanntes, gleichaltriges, ähnlich denkendes Publikum, wenn auch nicht vielleicht ausschließlich an dieses.

Bloggen als Spiel mit der Sprache

Weblogs werden zum Mittel der Entwicklung und Erprobung sprachlichen Ausdrucks. Von einigen unserer Bloggerinnen – jenen, die Kurzgeschichten und Gedichte schreiben – wird das Weblog auch in voller Absicht zum Training dieser Fähigkeiten benutzt und ein „Drang zu schreiben“ artikuliert. Die Darstellungsformen sind vielfältig. Neben Prosa gibt es Einträge in Dialogform, z.B. kopierte Tele-Dialoge, Einträge in Listen- und Tabellenform, Kategorisierungen (die fünf besten Filme des letzten Jahres), Gedichte und Songtexte, Hausaufgabenstellungen mit oder ohne Lösungen, Praktika-Berichte, liebevoll und aufwändig zusammengestellte Bildgeschichten und mehr. Auch die sehr frei angewandte Rechtschreibung, Mischung von Groß- und Kleinschreibung, das Schreiben „so wie man spricht“, oft lautmalerisch, sehr oft im Dialekt, „Cyber-Neusprech“ (Weber 2005), das Erfinden von Wörtern, das Einbinden von fremdsprachlichen Ausdrücken und mehr zeigen, dass viel und gerne geschrieben wird. Die diesbezüglichen Defizite des Mediums, das Fehlen von Stimme und Körpersprache, werden durch sprachliche Kreativität ausgeglichen.

kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 8

http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B8_2005_Reichmayr.pdf

Bloggen als Spiel mit dem Design

Einige der Bloggerinnen unseres Samples haben sich Programmier- und Webdesign-Kompetenzen angeeignet, teilweise um ihr eigenes Weblog in immer besseren und noch auffallenderen Designs gestalten zu können, teilweise aber auch um Auftragsarbeiten für Freundinnen oder andere Personen zu übernehmen, manchmal auch gegen Bezahlung. Dass das Erstellen, Wechseln, ja der Umgang mit Blog-Design für eine Gruppe von Bloggerinnen, vorwiegend Mädchen, eine große Rolle spielt, sieht man auch am Entstehen der Blogdesign-Webringe (von Jugendlichen), bei denen man sich mit selbst erstellten Designs „bewerben“ muss, um aufgenommen zu werden. Einige Bloggerinnen haben in der Sidebar oder an anderer Stelle des Weblogs einen Hyperlink zu „Past Designs“ eingerichtet, wo man alle Designs der letzten Monate in Thumbnail-Form anschauen und kommentieren kann. Auch Auseinandersetzungen um kopiertes oder nachgemachtes Design kommen vor.

Es ist möglich, dass sich das Interesse am Designen erst über die speziellen Möglichkeiten, die das Bloggen bietet, entwickelt und herausgebildet hat. Aufgefallen ist, dass es ganz selten zu Überschneidungen der beiden Gruppen „GeschichtenerfinderInnen“ und „Webdesign-ExpertInnen“ kommt. Man macht entweder das eine oder das andere.

Nielsen/Net Ratings (2005) berichtet, dass „Web Image Hosting Sites“, also Seiten, die Grafiken, Bilder, Layout- und Designkomponenten anbieten, ein explosives Wachstum verzeichnen, korrespondierend zum hohen Anstieg der Blog-Aktivitäten (auf MySpace.com, Xanga.com, LiveJournal, Blogger und MSN Spaces). Am häufigsten werden diese Seiten von 12- bis 17 Jährigen weiblichen Teens aufgesucht, und zwar zweieinhalb Mal öfter als vom durchschnittlichen Publikum. Offenbar korrespondiert unser kleines Sample hier mit weltweiten Entwicklungen.

3 Alltagsstrukturierung und Ästhetisierungen

Die folgenden, kurz gefassten Falldarstellungen zweier Vertreterinnen der beiden großen Gruppen des Samples, „Designerinnen“ und „Geschichtenerfinderinnen“ sollen Themen und Relevanzbereiche des Bloggens für das gesamte Sample, wie Strukturierung und Bewältigung des Alltags, Self-Monitoring von Stimmungen, Gefühlslagen und Verhaltensweisen durch ästhetischen und/oder künstlerischen Ausdruck typisierend darstellen und veranschaulichen.

3.1 „Shake shake your ass, bitch“ – eine Vielbloggerin

Ch. ist eine 13jährige Schülerin aus Bremerhaven. Sie bloggt seit dem 19. Februar 2005 mehrmals täglich, an manchen Tagen bis zu 33mal. Im Mai kam sie auf 302 Posts an 27 Tagen. Ein durchschnittlicher Eintrag ist 51 Worte lang. Auf ihrem Weblog, dessen Design sehr oft geändert wird und aufwändig gestaltet ist, befinden sich viele eigene Fotos und Fotos ihres Freundes. Sie gibt keine Gründe für das Bloggen an.

Themen, um die es in ihrem Weblog geht, sind ihre Stimmung, ihr Tagesablauf, ihr Freund, Musik, die Schule und die Gestaltung des Weblogs. Ihre Sprache ist selbstbewusst und angriffslustig. „Yeah. Ich bin immer noch der Meinung das Bushido etc. Niveaulos & einfach scheiße sind. Uh.yah. Es ist mir völlig egal was jetzt manche denken – hier rein da raus am arsch vorbei!!! Denn es ist einfach nur die Wahrheit“. Sie bloggt meist um die Mittagszeit

und dann wieder später am Abend, ihr letzter Eintrag ist immer zwischen 22 Uhr und 1 Uhr morgens.

Sie gibt sehr viele persönliche Informationen über ihr Aussehen, ihre Herkunft, ihre Vorlieben, Abneigungen und ihre Eigenschaften an. Fast täglich schreibt sie eine Liste mit „mood“, „hear“, „see“, „missing“, des weiteren täglich eine Begrüßung „guten Morgen“, „gute Nacht“, Mitteilungen, wenn sie kurz weggeht, dass sie ihren Schatz liebt oder vermisst, welches Lied sie gerade hört. Auf ihrem Weblog finden sich 18 Blog-Links. Im Mai hatte sie 1.177 Kommentare und damit den höchsten Wert der untersuchten Weblogs.

3.2 „Als die weiße Schokolade die Wahrheit erfuhr“ – Eine Geschichtenschreiberin

Rebella ist eine 24jährige Schülerin aus Hamburg. Sie bloggt seit Mai 2005, über Dinge aus ihrem persönlichen Leben, schreibt aber auch sehr viele Kurzgeschichten, die sich wie moderne Märchen anhören und Titel haben, wie „Als die weiße Schokolade die Wahrheit erfuhr“, „Der Selfish“ oder „Gedankenbruchstücke eines Fingernagels“. Allein im Mai waren es 15. Sie hat 75 Einträge, und hat an 28 Tagen gepostet, gehört also auch zu den Vielbloggerinnen. Ein durchschnittlicher Eintrag ist 2027 Zeichen lang. In ihren Einträgen geht es sehr oft um grundsätzliche Themen des Lebens: Beziehungen, Erfahrungen, Einstellungen, aber auch um Geld und Probleme des Alltags.

Ein Ausschnitt aus einem Eintrag:

26.05.2005 um 19:37 Uhr

„So-Solarenergie!!!

von: rebella

In Hamburg hatte das Wetter heute ungefähr 937849823°. Es war also quasi fast überhaupt nicht warm. Das wird wohl auch der Grund gewesen sein, warum ich ein Longsleeveshirt, ein T-Shirt drüber UND einen schwarzen Zipper anhatte. Hätte ja noch auffrischen können.

Soziologie fand dann auch prompt im freien statt. Da sass ich da nun also. Garte fröhlich vor mich hin und begutachtete meinen Arm. Nen paar Zwiebeln drauf, lecker mit Knoblauch und Sauce und es hätte nicht nur nach verbranntem Fleisch gerochen.

Nunja, vernünftig wie ich so bin, ging ich nach der Schule brav zu meiner Mathefee, weil ich morgen in den Genuss komme einen schriftlichen Leistungsnachweis in dieser herrlichen Naturwissenschaft abliefern zu dürfen.“

Sie hat im Mai 246 Kommentare erhalten. Ihre Gründe für das Bloggen schildert sie sehr ausführlich. Auf ihre Kurzgeschichten erhofft sie Resonanz, Kritik und Anregungen und sie bekommt auch sehr viele, sehr oft positive und bewundernde Reaktionen. Vorteile, die sie im Bloggen sieht: Es haben sich virtuelle Freundschaften gebildet, man sieht, dass man mit seinen Problemen nicht allein da steht. Zu den Nachteilen zählt sie negative Kommentare. Meist fügt sie hinzu, welche Stimmung sie hat, und welche Musik sie hört. Für sehr persönliche Dinge hat sie ein eigenes Weblog.

4 Funktionen und Kommunikationszwecke des Bloggens

4.1 Personenbezogene und soziale Funktionen

Die Tätigkeit des Bloggens stellt sich in mehrfacher Hinsicht als funktional dar, sowohl im Hinblick auf die Entwicklung des Ich, als auch für das Gestalten und Führen von Beziehungen zu anderen. Im ersten Fall dient es – als täglicher Rückblick – der Reflexion und Strukturierung der Gedanken. Das Weblog erfüllt Ordnungsfunktionen, indem es zum Zeugen der zu bewältigenden Tagesaufgaben in Form von „To do Lists“ oder Aufzählungen anstehender Zukunftspläne gemacht wird. Über Weblogs läuft der Erwerb von Wissen und Kompetenzen, sowie der Ausgleich von diesbezüglichen Defiziten. Manchmal werden Weblogs bewusst zum Training von Schreib- und Ausdruckskompetenzen begonnen. Man erhofft „sich sprachlich entwickeln zu können“, „seine Eloquenz ausspielen (zu können)“, „sich nach außen (zu) präsentieren“.

Weblogs erfüllen therapeutische Funktionen – schwerwiegende und kleine Probleme können diskutiert und bearbeitet, Entscheidungen verhandelt werden. In seiner sozialen Komponente dient es – im Falle von räumlicher Trennung – neben Instant Messaging, Telefonieren und SMSen als Kontakthalter zur Peer-Group. Laufende Updates zu aktuellen Veränderungen können, oft ergänzt durch Fotos, online gestellt werden. Auch Ferien- und Auslandsaufenthalte werden so überbrückt und der Kontakt auf sehr unmittelbare Weise gepflegt.

4.2 Kommunikationszwecke von Bloggen im Vergleich zu anderen interaktiven Medien

Bei einer MSN Umfrage unter 50.000 jugendlichen Anwendern im Jahr 2004 (vgl. Ritz 2005) stand an oberster Stelle für die Nutzung des MSN-Messenger „Kommunikation mit Freunden“ (86,1 %), in deutlichem Abstand gefolgt von „mit Freunden verabreden“ (36,2 %) und „neue Freunde kennenlernen“ (32,2 %). Instant Messaging ist deswegen so beliebt, „weil es erlaubt, mit mehreren Personen gleichzeitig zu kommunizieren und dabei weitere Dinge zu tun. Argumente können besser vorbereitet, unbeliebte Meinungen besser artikuliert, emotionale Probleme leichter gelöst werden“ (PEW Internet and American Life Project 2001). Mobiltelefone werden genutzt zur sozialen Anbindung, zur Pflege von Beziehungen, zur Beziehungsanbahnung sowie zum Emotions-Management (vgl. Götzenbrucker 2005). Diese Befunde zeigen eines: Medien werden im Verbund genutzt, und zwar situations-, zeit- und stimmungsbezogen. Aus den Einträgen der Bloggerinnen unseres Samples wird klar, dass nebenbei noch getelt⁹ und telefoniert, E-Mails versandt und Dateien aus dem Internet heruntergeladen werden.

Man sieht, dass einige der für Handys und Instant Messaging angegebenen Kommunikationszwecke, wie neue Freunde kennen zu lernen oder bestehende Beziehungen zu pflegen, auch über Weblogs abgewickelt werden können. Anders aber als die anderen genannten Medien scheint ein gewichtiger Zweck des Bloggens im Führen längerfristig angelegter Diskurse zu liegen, die intensiveren Meinungs austausch ermöglichen, was durch die asynchrone Anlage

⁹ Kommunikation mit Instant-Messaging.

des Formats Weblog sicher begünstigt wird. Im Vergleich zu Homepages, die von einigen Jugendlichen auch noch nebenher betrieben und betreut werden, stellen sich Weblogs als flexibel und veränderbar dar. Während Homepages eher illustrierten Visitenkarten gleichen, eingefroren zu einem gewissen Zeitpunkt, und eher selten aktualisiert werden, liefern Weblogs stets die gerade gültigen Versionen des Selbst. Bei Weblogs sind keine „Under Construction“-Zeichen nötig, weil sie ohnehin ständig neu konstruiert werden.

4.3 *Blogs als Bühnen im Identitätsmanagement*

Man könnte das Bloggen der Jugendlichen unseres Samples zusammenfassend als sichtbar gemachtes Identitätsmanagement und die Weblogs als Experimentalbühnen im Umgang mit Welt sehen. *Identitätsmanagement*, weil die schriftliche und visuelle Darstellung der jeweils aktuellen „Persona“¹⁰ einen nicht unbeträchtlichen Arbeitsaufwand erfordert, bewusst betrieben wird und Konzipieren, Verwalten, Organisieren, In-Bezug-Setzen, Koordinieren, Nachbereiten und mehr umfasst. *Sichtbar* gemacht deswegen, weil der Prozess des Managens im Weblog verfolgbar und nachvollziehbar ist, über die Archive, Einträge, Past Designs, Fotos und Kommentare. Das *Bühnenhafte*, das im Goffmann'schen Sinn in all unseren sozialen Aktionen zum Ausdruck kommt (vgl. Goffmann 2005/1959), findet sich auf Schritt und Tritt. Die „weiche“ und flexible Form des Weblogs erlaubt dramatische Darstellungen aller Art, die Bühnenbilder können verändert, das Publikum kann überrascht werden, die Akteure präsentieren sich in verschiedenen Rollen, dramatische Elemente kommen in Inhalt und Form der Einträge zum Ausdruck. Die im realen Leben körperbezogene Stilisierung wird auf die Gestaltung der Bühne Blog übertragen. Um *Experimentalbühnen* handelt es sich deshalb, weil sie einen „protected space“ (Gumbrecht 2005) darstellen und noch zusätzlich einen realen Anker im (geschützten?) Wohnumfeld der Bloggerinnen haben. Experimentiert wird sowohl für das reale Leben, als auch für das Online-Leben. Eine besondere Rolle kommt bei Weblogs dem Publikum zu, das „unseen audience“ (Scheidt 2004), Stichwortgeber und sich einmischender Akteur gleichzeitig ist, wodurch es in Form dessen, was Luhmann als „Erwartungserwartungen“ bezeichnet hat, Einfluss auf die Einträge ausübt.

5 **Inklusion und Exklusion**

Zwei Ergebnisse fallen ins Auge, das Fehlen von männlichen Jugendlichen und die bildungshomogene Zusammensetzung des Samples.

5.1 *Bloggen als weibliche Kommunikationsform*

Der insgesamt hohe Anteil an bloggenden Mädchen und jungen Frauen, der eingangs erwähnt wurde, bestätigt sich in unserem Sample. Es sei dahin gestellt, ob es vielleicht doch kein Zufall ist, dass der einzige Mixed-Filter-Blogger (Verlinkungen zu Websites und Persönliches als Bloginhalt) unseres Samples männlich ist und mit 21 zur Gruppe der jungen Erwachsenen gehört.

¹⁰ Der Begriff wird hier in den Mehrfachbedeutungen für Person/Rolle/Maske gebraucht.

Offensichtlich ist, dass Mädchen und Frauen im Bloggen Möglichkeiten für sprachliche und visuell/künstlerisch/expressive Darstellung sehen. Auch im Hinblick auf Sprachwandel sind Mädchen aktiv. Eine kürzlich fertig gestellte Studie der Abteilung für Soziolinguistik an der Universität Toronto zeigt, dass bei Veränderungen in der Sprachkultur Heranwachsender die Mädchen Trendsetterinnen sind (Science Daily 2005). Zukünftige Forschung könnte unter anderem hier ansetzen, genauso wie an der Erforschung der Blog-Praktiken männlicher Jugendlicher.

5.2 Bloggen als bildungsschichtspezifische Kommunikationsform

In unserem Sample wurde keine Erhebung sozio-ökonomischer Daten durchgeführt; alle in diese Richtung zielenden Informationen (80 % der Schülerinnen sind Gymnasiastinnen und haben vor, Abitur/Matura zu machen. Hinweise auf Berufe der Eltern und Familienhintergrund) lassen darauf schließen, dass diese Jugendlichen den so genannten bildungsnahen Schichten angehören. Sie agieren medienkompetent und können sich durch die Führung des Weblogs neue Kompetenzen und Qualifikationen selbst gesteuert aneignen.

Offensichtlich verlaufen aber parallel zu Prozessen der Ausdifferenzierung der Netzkommunikation auch Prozesse der „soziale(n) Ausdifferenzierung im Netz“ (vgl. Iske/Klein/Kutschert 2004: 7). Die kürzlich aktualisierte Studie von „Jugend ans Netz“ (Otto et al. 2004) verweist darauf, dass sich Jugendliche mit formal höherem Bildungsniveau online durch eine breite Variabilität von Nutzungsweisen, Aneignung neuer Online-Bereiche, reflektierte Nutzung und hohes Beteiligungslevel im Sinn von Rückmeldungen und Meinungsäußerungen sowie durch Eigenprodukte wie Homepages charakterisieren lassen, während Jugendliche mit formal niedrigem Bildungsniveau stereotype Nutzungsstrategien zeigen, vor allem Chats frequentieren und durch „Instant-Nutzung“ des Internet gekennzeichnet sind. Der „lange Arm des Real Life“ (Schönberger 2005: 284), der Bildungshintergrund und die soziokulturellen Bedingungen im „Offline“-Leben zeigen sich in der Reproduktion sozialer Stratifizierung im virtuellen Raum. Einer vermutlich großen Gruppe von Jugendlichen fehlen schon die Basiskompetenzen, um am Online-Leben teilzunehmen, was bedeutet, dass die Palette an Bildungs- und Informationsangeboten durch adäquate und selbst gesteuerte interaktive Lernumgebungen im virtuellen Raum von einem Teil der Jugendlichen überhaupt nicht genutzt werden kann, also auch die Möglichkeiten der Kommunikationsform Bloggen nicht wahrgenommen (in des Wortes zweifacher Bedeutung) werden können.

6 Weblogs als soziale Systeme zur Bearbeitung von gesellschaftlichen Vermittlungsproblemen und zur Steigerung der Chancen von Kommunikation

Herring/Kouper (2004) treffen einen wichtigen Punkt, wenn sie anmerken, dass in den öffentlichen Diskursen (die immer medial vermittelt sind) vor allem die Weblogs der sogenannten A-List-Blogger und Filterblogs, vornehmlich von Männern geführt, wahrgenommen werden. Medial wird die angebliche (und beobachtbare) Trivialität in persönlichen Journalen der angeblichen (und beobachtbaren) Nicht-Trivialität in Filter-Blogs gegenüber gestellt. Genauso ist eine umgekehrte Betrachtungsweise möglich, Trivialität gibt es hier wie dort, es kommt auf den Beobachterstandpunkt an. Man kann daraus ableiten, dass sich solche Gegenüber-

kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 8

http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B8_2005_Reichmayr.pdf

stellungen für die Analyse des Medienformats Weblog als nicht ergiebig erweisen, demgegenüber der Blick auf die Funktionalität von Weblogs einen größeren Ertrag verspricht.

Wenn man das Begriffsvokabular und die Denkweise der Systemtheorie auf Blogs anwendet, könnte man diese als soziale Systeme betrachten, die sich aus Kommunikationen und Sinnbezügen heraus entwickeln. Das geschieht immer dann, wenn Bezüge funktional werden und sich ein System sehr gut für die Bearbeitung spezieller Aufgaben eignet, somit eine gewisse „Singularität hinsichtlich der Problemlösungskapazität für dieses Problem beansprucht“ (Strobl-Eisele 1992: 49). Der Ausdifferenzierungsprozess der so genannten Blogosphäre (in journalistische, religiöse, wissenschaftliche, politische Weblogs, Blogportale, Blogsuchmaschinen, Weblogforschung und mehr) ist Beleg für dieses Problemlösungspotenzial.

Die angesprochenen Differenzierungsprozesse können im Hinblick auf die einzelnen Funktionssysteme der Gesellschaft, wie Wirtschaft, Politik, Kunst, Recht, Erziehung, Wissenschaft, Religion und Massenmedien betrachtet werden. Einerseits wirken Weblogs in Form von Kommunikationen und Irritationen auf diese gesellschaftlichen Bereiche ein, andererseits machen sich diese Systeme Weblogs zusehends zunutze. Im Hinblick auf das Massenmedien-system liefern Weblogs umfassende und vor allem authentische Ergänzungen zu den Weltbeschreibungen der Medien und eine von TV oder Zeitungen nicht zu erreichende Vielfalt in der Berichterstattung. In welchem Ausmaß politische Systeme die Weblogs von Menschen fürchten, die regimekritischen Einträge verfassen, sieht man aktuell an Repressionen der iranischen Regierung gegenüber der iranischen Blogosphäre. Bezogen auf das Wirtschaftssystem werden Knowledge-Blogs für die interne Unternehmenskommunikation, Collaboration-Blogs von Mitarbeitern, Corporate-Blogs, Customer-Relationship-Blogs, Campaigning-Blogs zum Zwecke der Public Relations und mehr eingesetzt, um auf verschiedenen Ebenen die Effizienz zu steigern (Zerfass/Boelter 2005, Reichmayr 2005b).

Diese Aufzählungen ließen sich lange fortsetzen. Systemtheoretisch gesehen ist alles, was Anschluss-Kommunikation steigert, funktionell für die Systeme der Gesellschaft. Was existiert, ist ein gelöstes Problem. Solche Problemlösungen erfolgen nicht beliebig, sondern stellen Reduktion von Komplexität dar. Man könnte also behaupten: Weblogs entwickeln sich deswegen so schnell, weil sie auf Grund ihrer speziellen Form/Anlage dazu beitragen, gesellschaftliche Vermittlungsleistungen zu erbringen, die andere Medien in dieser Form nicht erbringen können. Diese Vermittlungsleistungen geschehen auch in den „kleinen“ persönlichen Netzwerken. Dass hier (private und berufliche) Identität stiftende personale und soziale Kompetenzen erworben und trainiert werden können zeigt die Funktionalität auch persönlicher Journale für Gesellschaft.

6 Literatur

Blogcount.com, 2003, Poland 100,000 communication and community blogs. Online-Publikation: http://www.dijest.com/bc/2003_05_01_bc.html. (Stand: 7.11. 2005)

Chandler, Daniel, 1998, Personal Home Pages and the Construction of Identities on the Web, Online verfügbar: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html>. (Stand: 7.11. 2005)

kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 8

http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B8_2005_Reichmayr.pdf

Döring, Nicola, 2002, Personal Home Pages on the Web: A Review of Research. JCMC 7 (3), Online-Publikation: <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/doering.html>. (Stand: 7.11. 2005)

Flick, Uwe, 2002, Qualitative Sozialforschung, Eine Einführung, Reinbek.

Goffmann, Erving, 2005 (1959), Wir alle spielen Theater. 3. Aufl., Piper Verlag, München.

Götzenbrucker, Gerit, 2005, Jugend im Netz? Effekte mobiler Kommunikation im Alltag Jugendlicher. Eine qualitative Studie im Ballungsraum Wien, kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 3. Online-Publikation: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B3_2005_Goetzenbrucker.pdf (Stand: 7.11. 2005)

Gumbrecht, Michelle, 2004, Blogs as protected space, Online verfügbar: <http://www.blogpulse.com/papers/www2004gumbrecht.pdf>. (Stand: 7.11. 2005)

Heinrichs, Hans Jürgen, 1999, Der Mensch hat eine Zukunft. Spielräume für Wissen und Bewusstsein im neuen Zeitalter. Diederichs Verlag, München.

Herring, Susan C.; Kouper, Inna; Paolillo, John C.; Scheidt, Lois Ann; Tyworth, Michael; Welsh, Peter; Wright, Elijah; Yu, Ning, 2005, Conversations in the Blogosphere: An Analysis „From the Bottom Up“, Proceedings of the Thirty-Eighth Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-38), Online verfügbar: <http://www.blogninja.com/hicss05.blogconv.pdf>. (Stand: 7.11. 2005)

Herring, Susan C.; Kouper, Inna; Scheidt, Lois Ann; Wright, Elijah, 2004, Women and Children Last: The Discursive Construction of Weblogs. In Laura J. Gurak, Smiljana Antonijevic, Laurie Johnson, Clancy Ratliff, & Jessica Reyman (Eds.): Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs, Online-Publikation: <http://www.blogninja.com/women.children.pdf>. (Stand: 7.11. 2005)

Herring, Susan C.; Scheidt, Lois Ann; Bonus, S.; Wright, Elijah, 2004b, Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs. 2004, Proceedings of the Thirty-Seventh Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-37), Online verfügbar: <http://www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/herring.pdf> (Stand: 7.11. 2005)

Huffaker, David A., Calvert, Sandra L., 2005, Gender, Identity, and Language Use in Teenage Blogs. Journal of Computer-Mediated Communication, 10 (2), Online-Publikation: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html>. (Stand: 7.11. 2005)

Iske, Stefan, Klein, Alexandra, Kutscher, Nadia, 2004, Nutzungsdifferenzen als Indikator für soziale Ungleichheit im Internet, Online-Publikation: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B3_2004_Iske_Klein_Kutscher.pdf (Stand: 1.11. 2005)

Jugendszenen.com - Das Portal für Szenenforschung, 2005, Stichwort: Warez. Online-Publikation: <http://www.jugendszenen.com/warez/index.php> (Stand: 7.11. 2005)

Miller, Carolyn R., Shepherd, Dawn, 2004, Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog, In Laura J. Gurak, Smiljana Antonijevic, Laurie Johnson, Clancy Ratliff, & Jessica Reyman (Eds.): Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs, Online-Publikation:

kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 8

http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B8_2005_Reichmayr.pdf

http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action_a_genre_analysis_of_the_weblog.html
(Stand: 1.11. 2005)

Nielsen//NetRatings: Web Image Hosting Sites Show Explosive Growth, Corresponding to Sharp Rise in Blogging Activity. Press Release, 13. 9. 2005. Online verfügbar: <http://biz.yahoo.com/prnews/050913/sftu072.html?.v=25>. (Stand: 10.11. 2005)

NITLE Blogcensus, 2003, NITLE Census News. Online verfügbar: <http://www.blogcensus.net/weblog/archive/8.htm>. (Stand: 1.11. 2005)

Otto, Hans-Uwe, Kutscher, Nadia, Klein, Alexandra, Iske, Stefan, 2004, Soziale Ungleichheit im Virtuellen Raum: Wie nutzen Jugendliche das Internet? Erste Ergebnisse einer empirischen Untersuchung zu Online-Nutzungsdifferenzen und Aneignungsstrukturen von Jugendlichen. Publikation im Rahmen der Bundesinitiative Jugend ans Netz. Online verfügbar: <http://www.bmfsfj.de/Kategorien/Forschungsnetz/forschungsberichte,did=14282.html>. (Stand: 7.11. 2005)

Perseus Development Corporation, 2005, The blogging geysers. Online verfügbar: <http://www.perseus.com/blogsurvey/geyser.html>. (Stand: 7.11. 2005)

PEW Internet and American Life Project, 2005, The State of Blogging. Online verfügbar: http://pewinternet.org/PPF/r/144/report_display.asp. (Stand: 7.11. 2005)

PEW Internet and American Life Project, 2001, Teenage life online: The rise of the instant-message generation and the Internet's impact on friendships and family relationships. Online verfügbar: http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_Report.pdf. (Stand: 7.11. 2005)

Reichmayr, Ingrid Francisca, 2004, U @aNnØT @eÅLI¥ KnoW Whæ I @m: Stilisierung und Identitätskonstruktion in Homepages von Jugendlichen. Medienimpulse 47/2004. Online verfügbar: http://www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/identitaet/47_Reichmayr.pdf. (Stand: 7.11. 2005)

Reichmayr, Ingrid Francisca, 2005a, Wikis, Blikis, Blogs, Vlogs, Moblogs oder Wie internetbasierte Kommunikationsgemeinschaften die Massenmedien beeinflussen können. Medienimpulse 51/2005. , Online verfügbar: http://www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/medien/51_Reichmayr_Wikis.pdf. (Stand: 7.11. 2005)

Reichmayr, Ingrid Francisca, 2005b, Corporate Blogging – neue Formen der Öffentlichkeitsarbeit in Zeiten gesteigerter Interaktivität, Medienimpulse 52/2005. Online verfügbar: http://www.schule.at/dl/52_Reichmayr-Corporate_Blogging.pdf. (Stand: 7.11. 2005)

Reichmayr Ingrid Francisca, Reichmayr, Margarete, 2005, Weblogs von Jugendlichen und jungen Erwachsenen: Reflexive, kreative und interaktive Präsentation des Ich in sozialen Netzen. Unveröffentlichter Forschungsbericht, Wien.

Ritz, Dorothee, 2005, Internet-Kommunikation – Chance und Verantwortung, Keynote Kongress für eine digitale Zukunft, Köln. Online verfügbar: http://www.eco.de/servlet/PB/show/1623830/keynote2_ritz_MSN.pdf. (Stand: 7.11. 2005)

kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 8

http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B8_2005_Reichmayr.pdf

Scheidt, Lois Ann, 2004, Adolescent Diary Weblogs and the Unseen Audience. Online verfügbar: http://www.blogninja.com/Adolescent_Diary_Weblogs_and_the_Unseen_Audience.pdf. (Stand: 7.11. 2005)

Schmidt, Jan, 2005, Praktiken des Bloggens. Strukturierungsprinzipien der Online-Kommunikation am Beispiel von Weblogs. Berichte der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“, Nr. 05-01. Online verfügbar: <http://www.bamberg-gewinnt.de/wordpress/wp-content/pdf/PraktikenDesBloggens.pdf>. (Stand: 7.11. 2005)

Schönberger, Klaus, 2005, Persistente und rekombinante Handlungs- und Kommunikationsmuster in der Weblog-Nutzung. Mediennutzung und soziokultureller Wandel. In: Schütz, Astrid/Habscheid, Stephan/Holly, Werner/Krems, Josef/Voß, Günther G. (Hg.): Neue Medien im Alltag. Befunde aus den Bereichen: Arbeit, Leben und Freizeit. Lengerich. S. 276-294.

Science Daily, 2005, It's Like Really Interesting! Female Adolescents Trendsetters. In: Teen Talk. Online-Publikation: <http://www.sciencedaily.com/releases/2005/07/050718214533.htm>. (Stand: 7.11. 2005)

Strobl-Eisele, Gabriele, 1992, Schule und soziale Evolution. System- und evolutionstheoretische Untersuchungen zur Entstehung und Entwicklung der Schule. Weinheim.

Weber, Stefan, 2005, Dâs hîêr îz MaiNe LaYdee ... sôu swêêt“. Phänomen Cyber-Neusprech: Zum (rasenden) Sprachwandel durch den Netzjargon, Medienimpulse 53/2005, Online-Publikation: http://www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/medien/53_Weber_Phaenomen_Cyber_Neusprech.pdf. (Stand: 7.11. 2005)

Zerfuß, Ansgar, Boelter, Dietrich, 2005, Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagne, Marketing, PR und Medien. Graz.

Kontakt zur Autorin:

Ingrid Reichmayr: ifreichmayr@aon.at

<[ifreichmayr\[at\]aon\[dot\]at](mailto:ifreichmayr[at]aon[dot]at)>

Bitte diesen Artikel wie folgt zitieren:

Reichmayr, Ingrid (2005): Weblogs von Jugendlichen als Bühnen des Identitätsmanagements. Eine qualitative Untersuchung. In: Schmidt, Jan / Schönberger, Klaus / Stegbauer, Christian (Hrsg.): Erkundungen des Bloggens. Sozialwissenschaftliche Ansätze und Perspektiven der Weblogforschung. Sonderausgabe von *kommunikation@gesellschaft*, Jg. 6. Online-Publikation: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B8_2005_Reichmayr.pdf.

kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 8

http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B8_2005_Reichmayr.pdf