



DIE FASZINIERENDE WELT DES WEB 2.0

■ Was passiert beim Bloggen im Einzelnen?

Ein Blogger meldet sich bei seinem Blogsystem an. Dort schreibt er in der Anwendung, wie in einem einfachen Texteditor, seinen Beitrag und speichert ihn. Möglicherweise verweist er per Link auf ein Foto, ein Video, einen Beitrag eines anderen Bloggers, eine Nachrichtenseite oder andere Objekte im Internet. Mit dem Speichern des Artikels im Blog werden mehrere Aktionen angeschoben. Zunächst erstellt das Weblogsystem aus dem Beitrag eine dauerhafte Webseite, damit diese auch später nochmals auffindbar ist. Sobald der Beitrag gespeichert wurde, ist er auch publiziert, d. h. der Artikel kann sofort nach Speicherung im Internet gelesen und kommentiert werden. Gleichzeitig werden Informationen über den neuen Eintrag per Pingdienste ins Internet gesendet, z. B. an Suchmaschinen, die dann wiederum den neuen Eintrag kennzeichnen (indizieren). Somit kann sehr schnell, oft innerhalb weniger Minuten, die- se neue Information im Internet gesucht und gefunden werden²⁴. Auch Jahre später kann so ein einzelner Artikel im Internet noch aufgefunden werden. Anschließend erstellt das System im Newsfeed (Neuigkeitenfaden) den neuen Beitrag. Über sogenannte Newsreader kann dieser nun automatisiert von andere Lesemedien z. B. Outlook oder Google Reader dem Anwender angezeigt werden. Man muss zur Automatisierung lediglich diesen Feed abonnieren. Wird der Beitrag nachträglich geändert, so ist für alle Leser die Änderung ersichtlich. Geänderte Passagen werden durch sichtbare Streichung des Textes kenntlich gemacht und sind somit nachvollziehbar.

Es gibt inzwischen eine unüberschaubare Anzahl von Blogs zu allen möglichen Themen. Im Jahr 2010 wurde die Zahl der vorhandenen Blogs auf über 152 Millionen weltweit geschätzt²⁷. Eine grobe Einteilung kann man nach den Inhalten, dem oder den Betreibern oder nach den eingestellten Medien in das Blog vornehmen. So gibt es neben eher persönlich gehaltenen Tagebüchern, viele Blogs, die sich mit Hobbys aller Art beschäftigen, sich bestimmter Themengebiete annehmen oder aktuelle Nachrichten der Printmedien weitergeben und kommentieren. Diese können gesellschaftskritischer, politischer, sportlicher oder sonstiger Natur sein, Menschenrechtsverletzungen anprangern oder aktuelle politische und soziale Gegebenheiten im Auge behalten. Gerade Blogger in totalitären Staaten sind leider oft der Zensur oder den Repressalien durch den Staat ausgesetzt. Blogs können aber auch als Edublogs von Universitäten oder Schulen betrieben oder auch als Corporate Blogs innerhalb von Unternehmen genutzt werden. Einige lesenswerte Beispiele sind nachfolgend gelistet.

- Der Blog VS-Geheim eines anonymen Polizisten namens Steel – <http://steel.twoday.net>
- Allfacebook.de, ein deutsches Blog zu Facebook – www.allfacebook.de
- Die Welt juristischer Blogs – www.jurablogs.com
- Das LawBlog von Udo Vetter – www.lawblog.de
- Das Klatsch und Tratsch Blog – www.klatsch-tratsch.de
- Das Blog zu Google+ – www.gpluseins.de
- Das Blog gegen Stuttgart 21 – www.beibriss-aufstand.de
- Das Blog zur Politik in der digitalen Gesellschaft – www.netzpolitik.org

Die Liste könnte beliebig weitergeführt werden.

Dem geeigneten Leser empfiehlt der Autor die Webseite <http://www.deutscheblogcharts.de/archiv/2011-8.html>. Die große Verbreitung von Blogs führt inzwischen dazu, dass die etablierte Presse Themen aus populären Blogs aufgreift und in Printmedien publiziert. Dass diese sich so verbreiten konnten, ist auch auf die Einfachheit der Einrichtung und Bedienung von Blogs zurückzuführen. Die Inhalte von Blogs sind durch die Authentizität des Autors und die Subjektivität der Berichterstattung geprägt, was oft zu einer höheren Glaubwürdigkeit führt, als dies bei offiziellen Produktseiten oder reinen Informationsseiten von Organisationen und Unternehmen im Internet der Fall ist. Ganz so, wie wir es von der Mund-zu-Mund- Werbung in der realen Welt her kennen. Leser von Blogs wollen kommentieren und diskutieren und nicht nur konsumieren. Blogger, die nutzwertige Inhalte regelmäßig publizieren, genießen einen sehr guten Ruf in der Internetgemeinde und haben eine hohe Reputation. Letztlich

kann dieser Bekanntheitsgrad für das eigene Produktmarketing förderlich und für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens mit ursächlich sein. Umgekehrt ist eine schlechte Blogbetreuung kontraproduktiv. Der Betreiber eines Blogs sollte sich darüber klar sein, dass es eines nicht unerheblichen regelmäßigen Aufwandes bedarf, damit das eigene Blog für die Netzgemeinde interessant bleibt und gelesen wird.

Ein Sonderformat des Blogs soll an dieser Stelle noch erwähnt werden. Hierbei handelt es sich um die sogenannten Podcasts, also ein Blog im Audioformat. Podcast ist ein Kunstwort aus iPod (Apple Gerät) und Broadcasting (Übertragung von Datenpaketen) und umschreibt damit das Erstellen von Audio und Videodateien als Mediendatei zum Anhören über das Internet oder auch Mobil. Die Dateien können heruntergeladen und zu einem späteren Zeitpunkt ganz beiläufig oder nebenbei gehört werden. Sie sind sehr beliebt, wenn es darum geht, sich verpasste Radiosendungen oder Nachrichtenangebote nachträglich anzuhören.

Auch in der Weiterbildung genießen sie eine hohe Akzeptanz. So setzen 46 Prozent der Blogger bereits Ende 2006 Podcasts für die Weiterbildung ein und nutzen im Schnitt bis zu 15 verschiedene Podcasts. Die meisten Zuwächse sind bei den Altersklassen bis 19 und ab 50 Jahren zu verzeichnen²⁴. Als eine andere Art des Bloggens, aber nicht minder erfolgreich, gilt das Mikroblogging. Darüber soll aber in der nächsten Ausgabe im zweiten Teil dieses Artikels berichtet werden. Neben dem Mikroblogging widmen wir uns dann auch den Technologien der Social Networks und des Social Sharing. In einer Zusammenfassung sollen dann die Chancen bzw. Risiken dieser Entwicklung diskutiert werden.

Seite: << zurück12345weiter >>

[Alle Artikel dieser Kategorie](#)