

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	6
BLOGS?	8
Blogs – eine kurze Begriffserklärung	8
Blogs? – (Begriffs-) Geschichte	8
Relevanz – wieviele Menschen bloggen eigentlich?	9
Wer bloggt?	10
Thematische Ausrichtung von Blogs	11
Verschiedene Ausprägungsformen	11
Blogosphäre	12
BLOGGEN GEGEN DAS REGIME	14
Bürgerjournalismus: Blogs als politisches Medium	14
Die Situation in der Mena-Region	15
Bin Rajab vs. Al Yousif Libel Case und der Fall Kareem Amer	16
Der Fall Kareem Amer	17
Weltweite Unterstützung	19
Islamisten und Liberale – das fragile politische (Un-) Gleichgewicht	19
Bin Rajab vs. Al Yousif Libel Case	21
Presseunterstützung für Menschenrechte und Meinungsfreiheit	22
Ein Prozess um die Meinungsfreiheit	23
Zwei Verfahren, eine Meinungsfreiheit?	23
Möglichkeiten des politischen Bloggens	24
KOMMERZIALISIERUNG DER BLOGOSPHERE	26
Blogs im Wandel vom Hobby zum kommerziellen Medium	26
Die Situation in Deutschland: Akzeptanz und Ablehnung	26

Die Lage, international	27
Maßeinheiten – wie wird eigentlich (ab-) gerechnet?	27
Der Google-Pagerank – wichtigster Wert für Werber	28
Geld verdienen mit Blogs – die üblichen Systeme	29
Der Klassiker: Bannerwerbung	29
Textlinks: Klein und gut bezahlt, aber Google als Feind	31
Affiliate-Programme: Gute Geldquelle oder nutzlose Zeitverschwendung?	32
Rezensionen: Gute Tipps oder Schleichwerbung?	33
Big Brother Google und die SEOs	34
Die Zukunft: Neue Werbung oder Optimierung?	35
Mehr als nur ein Hobby?	35
BLOGS UND KONVENTIONELLE MEDIEN	36
Ein gespanntes Verhältnis	36
Gegenseitige Kritik	37
Ein gemeinsamer Weg?	38
Die Safran-Revolution	39
Nachrichten aus dem Untergrund	41
Reaktionen der deutschsprachigen Blogosphäre	42
Auswirkungen der Berichterstattung	43
Unterschiede in der Berichterstattung von Bloggern und Presse	44
Aufgaben der Medien: Gatekeeper und Korrektiv?	44
Ein neues Verhältnis	45
Die Rolle der Blogs	46
NACHWORT	48
Bloggen: Ein Gefühl	48
Projekte	49
Eine wichtige Erfahrung	50
DANKSAGUNG	52

LIZENZ	53
ANLAGEN	54
Fußnoten zu „Blogs?“	54
Fußnoten zu „Bloggen gegen das Regime“	54
Fußnoten zu „Die Kommerzialisierung der Blogosphäre“	56
Fußnoten zu „Blogs und konventionelle Medien“	56
Fußnoten zum Nachwort	58
Fußnoten zur Lizenz	58
VERSICHERUNG	59

VORWORT

Blogs – wie kommt man eigentlich auf so ein Jahresthema? Für mich war es ein Schritt auf ein völlig neues Feld – oder eher gesagt ein Weg, denn die Entscheidung kam nicht auf der Stelle.

Begonnen hat alles damit, dass ich mich über die negative Einstellung zu neuen Medien an unserer Schule ärgerte. Ignoranz schien mir noch die positivste Regung zu diesem Thema, wenn man das denn als eine sehen möchte.

Zu dieser Zeit – im Januar 2007 – kannte ich Blogs noch nicht einmal ein dreiviertel Jahr lang. Deshalb hieß der erste Arbeitstitel auch noch „Internet Community – Web 2.0 und Open Source Bewegung“. Nicht nur ein komplexer Titel, sondern auch ein komplexes Thema, aus dem heraus sich immer mehr der Fokus „Blogs“ kristallisierte.

Noch bevor die Entscheidung feststand, hatte ich mein erstes eigenes Blog „aufgemacht“: Am 12. Februar erschien der erste Artikel auf simoncolumbus.de. Später folgte auch noch ein zweites, englischsprachiges Blog unter simoncolumbus.com und ein Blog-Projekt namens blogger-for-freedom.org. Vor allem aber: Sehr viele Erfahrungen.

Diese Jahresarbeit soll einen kurzen Überblick bieten über Blogs, was sie sind, wozu sie dienen (außer dem Vergnügen des Autors) und wie sie sich entwickeln werden. Ich habe über politisches Bloggen, Finanzen und das Verhältnis zu den sogenannten „Qualitätsmedien“ geschrieben – was nicht viel ist, denn Blogs decken die ganze Breite des menschlichen Lebens ab. Dennoch hoffe ich, euch Lesern ein wenig nützliches Wissen über Blogs zu vermitteln – vor allem aber auch etwas von dem Gefühl, ein Blogger zu sein.

Denn es gibt dieses Gefühl: Ein Gefühl, dass mit dem Stolz auf das, was man schreibt, zu tun hat, der Freude über nette Kommentare und dem Spaß an einer hitzigen Diskussion. Mit dem Ärger über die Ignoranz der Presse und der Wut auf bestimmte Aussagen. Es ist das Gefühl von Gemeinschaft.

Noch ein kleiner Hinweis zu den Grundlagen dieser Arbeit: Wie man an

den Fußnoten erkennen kann, basiert meine gesamte Jahresarbeit auf dem Wissen unzähliger Blogs und anderer Online-Medien. Ich habe in der Zeit vor dem Schreiben mehrere hundert Quellen zusammengetragen, von denen nicht zu wenige auch zitiert sind. Dennoch fundiert diese Arbeit auch und vor allem auf dem Wissen, dass ich mir mit der Zeit selbst angeeignet habe. So manche Zahl ist nicht belegt, weil sie sich nicht belegen lässt: Wissenschaftliche Quellen sind rar – der Nachteil eines aktuellen Themas, dass man selbst erleben und erforschen kann.

BLOGS?

BLOGS – EINE KURZE BEGRIFFSERKLÄRUNG

Was genau ein Blog ist, kann nicht festgelegt werden. Eine recht sichere technische Definition ist die einer „frequently updated website“ - einer Website, auf der (mehr oder weniger) regelmäßig neue, umgekehrt chronologisch geordnete Beiträge eingestellt werden. Man kann auch sagen: Ein Internet-Tagebuch.

BLOG? - (BEGRIFFS-) GESCHICHTE

Mitte der neunziger Jahre tauchten im damals noch nicht sehr verbreiteten Internet die ersten tagebuchartigen Seiten auf – Websites, auf denen Menschen periodisch aus ihrem Leben berichteten oder auch Technisches oder Links verbreiteten¹. Bereits 1996 wurden erste Dienste eingerichtet, die das einfache Führen eines Blogs ermöglichten² – damals noch unter dem Namen Tagebuch.

Am 17. Dezember 1997 tauchte erstmal das Wort „weblog“ auf der Seite³ des Amerikaners Jorn Barger auf⁴. Es ist eine Verschmelzung der beiden Begriffe „Web“ (Netz, Internet) und „Log“ (Log-Buch, Tagebuch). Im Mai oder April 1999 entwickelte Peter Merholz daraus den heute gebräuchlichen Begriff „Blog“⁵.

„Blog“ wird im Deutschen üblicherweise mit einem sächlichen Artikel geschrieben, obwohl der Duden seit der Aufnahme auch eine maskuline Schreibung erlaubt. Diese wird allerdings von den Bloggern selbst mehrheitlich abgelehnt.

1999 war auch das Jahr, in dem die damals noch kleine „Blogosphäre“ einen ersten Boom erlebte und starke Zuwächse erfuhr – wie es ähnlich noch einmal zwei Jahre später geschah.

RELEVANZ - WIE VIELE MENSCHEN BLOGGEN EIGENTLICH?

Für Zahlen rund um die Blogosphäre gilt vor allem ein Grundsatz: Es gibt keine genauen Angaben, Werte verschiedener Studien unterscheiden sich teilweise um den Faktor 10. Deshalb beruhen die hier angegebenen Zahlen auf einem gefühlten Common Sense der wichtigsten Stimmen.

Eine auch nur annähernd genaue Anzahl an Bloggern ist nicht bekannt und auch nicht feststellbar. Ein besonderes Problem liegt dabei im Erkennen „toter“ Blogs, die nicht mehr weitergeführt werden – und die Anzahl der noch aktiven deutlich übersteigen.

Der bekannteste Rankingdienst *Technorati*⁶ etwa listet mehr als 100 Millionen Blogs – eine mit Sicherheit deutlich zu hoch gegriffene Zahl für den Wert real existierenden Blogs. Im Mai 2007 lag diese Zahl noch bei 70 Millionen – von denen allerdings nur 15,5 Millionen innerhalb der letzten Monate aktiv waren. Das sind 21 Prozent der Datenbank, mit sinkendem Anteil⁷.

Wie *Jens Schröder*, Co-Autor des deutschen Projektes *Blogcensus.de*⁸ erklärt, ist diese Zahl in etwa annehmbar – und lässt auf etwa 140.000 deutschsprachige Blogs schließen⁹. Da allerdings eine Großteil der Blogger mehrere Blogs verfasst, wird die Anzahl der deutschen Blogger auf einen Wert zwischen 70.000 und 120.000 geschätzt.

Allerdings sagen diese Zahlen allein wenig aus über die Reichweite von Blogs. Eine Analyse der Leserzahlen fällt noch weitaus schwerer als die der Autoren. *Jens Schröder* schätzt, dass nur etwa 27.000 deutsche Blogs öffentliche Relevanz haben¹⁰ – also in etwa 20 Prozent der gesamt verfassten. Selbst wenn man diese Zahl verdoppelt, kommt man auf recht geringe Zahlen. Bei blogspezifischen Umfragen liegt der Leseranteil häufig zwischen 30 und 40 Prozent¹¹, in den Kommentarspalten von Blogs je nach thematischer Ausrichtung zwischen 10 und 40 Prozent.

Dass die Reichweite dennoch deutlich höher liegt als die sich daraus ergebende Summe, liegt daran, dass reine Blogleser deutlich passiver agieren: Sie abonnieren Blogs seltener, kommentieren weniger und beteiligen sich nicht so häufig an weiterführenden Aktionen. So erscheint es logisch, dass

verschiedene Studien den Anteil von Bloglesern auf zwei bis drei Prozent der relevanten deutschen Bevölkerung schätzen – ein Faktor von 1:15 zur Anzahl der Blogger kann als realistisch angesehen werden.

In anderen Ländern – etwa den USA, aber auch Frankreich oder Japan – ist Bloggen weitaus verbreiteter. Dort liegt der Anteil der Personen, die bloggen oder Blogs lesen je nach Quelle im niedrigen zweistelligen Bereich.

WER BLOGGT?

Die Frage nach einer Kategorisierung des „typischen“ Bloggers war immer wieder Gegenstand verschiedener Studien – mit zum Teil sehr unterschiedlichen Ergebnissen.

2007 ergab eine Umfrage, dass ein Drittel der Teilnehmer Studenten sind und insgesamt über 70 % Hochschulreife erlangt haben¹². Während die erste Zahl durchaus zutreffend erscheint, lassen sich die Angaben über den Bildungsstand doch wohl etwas nach unten korrigieren – völlig abwegig sind sie nicht. Auch das Ergebnis, dass kaum ein Blogger lediglich die mittlere Reife erreicht hat, ist sehr wahrscheinlich richtig. Insgesamt lässt sich mit Sicherheit sagen, dass Blogger überdurchschnittlich gebildet sind.

Eine heftige Diskussion lösen immer wieder Ergebnisse über den Frauenanteil unter Bloggern aus. Dieser wird auf etwa 40 bis 60 Prozent geschätzt, was sich allerdings in den diversen Toplisten nicht niederschlägt. Dort stellen Frauen – in Deutschland wie international – häufig weniger als 10 Prozent der gelisteten.

Die Gründe dafür sind vielfältig, liegen aber wohl daran, dass Frauen im Durchschnitt mehr Wert auf persönliche Kommunikation mit einer kleineren Leserschaft legen, seltener spezifiziert bloggen und eine weniger professionelle Ausrichtung haben.

THEMATISCHE AUSRICHTUNG VON BLOGS

Zwar sind bestimmte Themen innerhalb der Blogosphäre besonders stark vertreten – besonders Blogs zu Medien, Blogging, (Internet-) Technologie und Werbung sind überdurchschnittlich häufig – aber eine beschränkte thematische Ausrichtung gibt es nicht.

Dennoch gibt es eine – unscharfe – Trennlinie zwischen thematisch spezifizierten Blogs und privat geführten. Eine besonders große Gruppe stellen beruflich orientierte Blogs dar, die sich unterschiedlich stark an das Tätigkeitsfeld des Autors halten. Unter den thematisch spezifizierten Blogs stellen internet- und medienbezogene Themen die Mehrheit.

Eine Besonderheit stellen Corporate Blogs dar – Blogs, die von oder im Auftrag von Unternehmen geführt werden. Eine andere – deutlich abgegrenzte – Gruppe sind sogenannte „Fun-Blogs“, die zumeist freie Inhalte aus dem Internet in Form von Videos sammeln.

VERSCHIEDENE AUSPRÄGUNGSFORMEN

Ähnlich der Thematik ist auch das Medium zur Benutzung der Technologie Blog nicht vorbestimmt. Allerdings gibt es hier deutlich erwähnenswerte Einzelgruppen.

Der Großteil der Blogs ist naturgemäß schriftlich verfasst, wobei es kaum Blogs in poetischer Form gibt, durchaus aber solche, die in Prosa gehalten sind und einen künstlerischen Ansatz verfolgen. Dennoch ist der Großteil informell oder persönlich gehalten.

Daneben gibt es Fotoblogs, die sich mehr oder minder ausschließlich auf Photographien beschränken, und sogenannte Toonblogs mit Comicstrips, die ebenfalls häufig autobiographisch gehalten sind.

Eine spezielle Sektion bilden Podcasts und Vlogs, also Blogs in audio (visueller) Ausführung in Form von gesprochenen oder gefilmten Aufnahmesequenzen.

Zwei besondere Formen des Bloggens sind Moblogging – das Bloggen via

mobiler Geräte, meistens des Handys – und Linkdumping, dass Platzieren von Links mit oder ohne zusätzlichem Kommentar.

Üblicherweise sind diese Medienformen nicht streng getrennt, sondern gemischt vorkommend. Allerdings gibt es etwa eine eigene Podcasting-Szene abseits der Blogosphäre.

BLOGOSPHÄRE

Die Blogosphäre besteht aus allen diesen einzelnen Faktoren – aber eben nicht nur. Denn die Blogosphäre ist alles andere als ein genau definierbarer Bereich des Internets: Sie ist weder in sich zusammenhängend noch rein online existent.

Unter den einzelnen Bloggern gibt es durchaus verschiedene Strömungen und grundverschiedene Ansichten auch über das Bloggen. Doch allein die Existenz einer solchen Identifikation mit dem Thema zeigt, dass diese Blogger gewisse Gemeinsamkeiten haben.

Gemeinsamkeiten, die sich auch im „Real Life“ widerspiegeln: Es gibt Bloggerkonferenzen und Lesetouren aus der und für die Blogosphäre. Dennoch: Bloggen ist keine Subkultur, kein Zeitgeist, sondern nur eine Kulturtechnik. Die Blogosphäre ist Subkultur – und nicht untrennbar mit dem Bloggen verbunden, auch wenn das der zentrale Identifikationspunkt ist.

Bloggen ist die logische Weiterführung des Buchdrucks – und eine typische Erscheinungsform des Web 2.0.

Der Buchdruck ermöglichte jedem Menschen – oder zumindest einer breiten Masse – den Zugang zu Informationen. Er revolutionierte das gesamte Wissensmanagement der Alten Welt und legte den Grundstein für Reformation und Aufklärung.

Bloggen ermöglicht jedem Menschen die Verbreitung von Informationen. Und genau wie der Buchdruck wird Bloggen die Welt unwiederbringlich verändern: Durch eine nie geahnte Form von Bürgerjournalismus – als ein Teil

des „Web 2.0“, des sogenannten Mitmach-Internets, das die Grundlagen zu einem basisdemokratischen Informationsaustausch legt.

BLOGGEN GEGEN DAS REGIME – POLITISCHE BLOGS IN DEN DIKTATUREN DER MENA-REGION

BÜRGERJOURNALISMUS: BLOGS ALS POLITISCHES MEDIUM

In allen Staaten der Erde haben politisch Interessierte das Internet als Plattform für ihre Themen entdeckt – Blogs bieten ein kostengünstiges, frei verfügbares Medium, um Informationen zu veröffentlichen.

Die Verbreitung des politischen Bloggens ist dabei sehr unterschiedlich: Wird in Frankreich oder den USA in der Blogosphäre breit über den Wahlkampf berichtet und von den Politikern zur Selbstdarstellung genutzt - so ist in den USA ein Blog im Präsidentschaftswahlkampf Standard, auch wenn die Kandidaten damit selbst nicht in Berührung kommen – ist in Deutschland die politische Bloglandschaft vergleichsweise dünn gesät. Herausragendes Beispiel für ein von Politikern verfasstes Blog ist jenes von Julia Seeliger¹ (Bundesvorstand Bündnis '90 / Die Grünen), andere Politiker bloggen oder haben gebloggt, jedoch ohne großen Erfolg.

In den Deutschen Blogcharts Top 100, Ausgabe 31/2007 vom 1. August, finden sich lediglich fünf ausdrücklich politische Blogs wieder: *netzpolitik.org*² (Platz 6), *Politically Incorrect*³ (46), *Fefes Blog*⁴ (62), das *Politblog*⁵ (79) sowie *Mein Parteibuch*⁶ (88). Einige andere Blogs sind als im erweiterten Sinne politisch zu sehen. Auffällig bei den genannten Blogs ist die starke Fokussierung auf Einzelthemen. Zwar sind *Fefe's Blog* und *Mein Parteibuch* persönlich geführte Blogs, jedoch deckt das *Politblog* als einziges der genannten ein breiteres Spektrum ab, während die anderen Vertreter Special-Interest-Themen behandeln.

In vielen Staaten haben sich dagegen Blogs zu einer politisch bedeutsamen Kraft entwickelt. Einerseits wie oben genannt in den USA und Westeuropa, dort häufig als konkrete Unterstützer bestimmter Kandidaten oder Parteien und mit teilweise hohem wirtschaftlichem Aufwand. So wurde der

bekannteste französische Blogger *Loïc Le Meur*^z im Präsidentschaftswahlkampf 2007 „Internetsprecher“ von Nicolas Sarkozy⁸.

Andererseits, besonders in Asien und Nordafrika sowie Russland, in Form des „Citizen Journalism“ - Bürgerjournalismus. Herausragendes Merkmal ist hier, dass die Autoren unter deutlich erschwerten Bedingungen schreiben. Da die Presse häufig zensiert wird, weichen sie auf die alternative Plattform Internet aus, das jedoch in den meisten Fällen auch nur von einem kleinen Bevölkerungsteil genutzt werden kann. Blogs stellen in vielen Ländern das einzige nicht von der Regierung kontrollierte Medium dar. Allerdings versuchen viele Regierungen der zumeist diktatorisch regierten Staaten unliebsame Blogger auszuschalten, immer wieder werden Blogs und anonyme Blogplattformen blockiert, Blogger teilweise festgenommen. Aktuell (04.08.07) sind laut *Reporter ohne Grenzen* 65 „Online-Dissidenten“ inhaftiert⁹, davon ein Großteil (50) in China.

DIE SITUATION IN DER MENA-REGION

Ein Gebiet, in dem Blogs als alternative Informationsquelle besondere Bedeutung erlangt haben, stellt die *MENA*-Region dar (*MENA* – Middle East & North Africa – die Mitgliedsstaaten der *Arabischen Liga*). Die islamisch geprägten Staaten dieser Region leiden durchgehend unter Diktatur (Ausnahmen: Palästina¹⁰, Libanon¹¹, Iran¹², Irak¹³) und Zensur, haben aber gleichzeitig häufig breite gebildete und relativ wohlhabende Schichten, die sich Internetzugang leisten können. Diese Konstellation führt dazu, dass es in der Region viele oppositionell-politische Blogs gibt. Durch die Tatsache, dass sowohl Arabisch als regionale Sprache wie auch Englisch verwendet wird sind die Blogs häufig international frequentiert; bei den englischsprachigen Autoren ist dieses Faktum naturgemäß noch eher gegeben.

Allerdings gibt es auch in dieser Region große Unterschiede zwischen den einzelnen Staaten: Reiche Öl-Monarchien der arabischen Halbinsel stehen ärmeren Diktaturen in Nordafrika und im Nahen Osten gegenüber, westlich orientierte Nationen islamischen Gottesstaaten, Konsumparadiese

Bürgerkriegsregionen. Diese Punkte wirken sich auch auf die Presse- und Meinungsfreiheit aus – allerdings nicht zwangsläufig in die zu erwartenden Richtungen.

Die beiden Nationen, die ich für eine nähere Betrachtung ausgewählt habe, sind zum einen das im Persischen Golf gelegene *Königreich Bahrain*. Hier sind deutliche Auswirkungen der Demokratisierung spürbar, offizielle Regierungsform ist die konstitutionelle Monarchie der Familie *Chalifa*. Die muslimischen Einwohner unterliegen der Rechtsprechung der Scharia¹⁴. Der Staat ist hauptsächlich als Finanzzentrum des arabischen Raums erfolgreich, äußerst wohlhabend (es wird u.a. bisher keine Einkommenssteuer erhoben¹⁵) und westlich orientiert. Nichtsdestotrotz herrscht teilweise Presse- und Internetzensur.

Dem entgegengestellt wird die *Arabische Republik Ägypten* in Nordafrika. Das Land wird seit 1981 diktatorisch per Notstandsgesetz als Präsidialrepublik¹⁶ durch *Mohammad Hosni Mubarrak* regiert, der aber für die Zukunft demokratische Wahlen in Aussicht gestellt hat¹⁷. Hier ist sowohl die wirtschaftliche als auch die Menschenrechtssituation weitaus problematischer als in Bahrain; es wird systematisch gefoltert, Presse-, Meinungs- und Religionsfreiheit sind deutlich eingeschränkt.

BIN RAJAB VS. AL-YOUSIF LIBEL CASE UND DER FALL KAREEM AMER

Beide im Folgenden angeführte Beispiele haben eines gemeinsam: Ein Blogger gerät nach regierungskritischen Äußerungen in Schwierigkeiten mit der Justiz. Der extrem unterschiedliche Ausgang zeigt allerdings die verschiedenen Entwicklungsphasen der beiden Staaten auf.

Fall eins ist die Beleidigungsklage des bahrainischen Landwirtschaftsministers *Bin Rajab*¹⁸ gegen den Blogger *Mahmood al-Yousif*¹⁹. Vorteil dieses Falles ist die Tatsache, dass er vollständig auf Englisch dokumentiert ist, aber auch, dass er sich erst während der Recherche zu dieser Jahresarbeit ereignet hat.

Fall zwei ist der Prozess gegen den ägyptischen Blogger *Kareem Amer*²⁰.

Der Fall Kareem Amer ist auffällig, da sich eine große weltweite Unterstützung für den mittlerweile Verurteilten eingestellt hat, die u.a. auch eine sehr gute englischsprachige Dokumentation garantiert²¹. Daneben ist dieser Fall durch seine erhöhte Medienöffentlichkeit als Präzedenzfall für Ägypten auch in viele deutschen Medien aufgegriffen worden.

DER FALL KAREEM AMER

Kareem Amer ist das Pseudonym des Ägypters *Abdel-Kareem Nabil Suleiman*²². Kareem war im Oktober 2005 21 Jahre alt und Jura-Student an der bekannten Kairoer Universität *Al-Azhar*²³.

Am 21. Oktober 2005 demonstrierten in Alexandria, seiner Heimatstadt, etwa 5.000 Muslime vor einer koptischen Kirche gegen das Video einer dortigen Theateraufführung aus dem Jahr 2003, dass ihrer Ansicht nach den Islam beleidigte²⁴. Bei den sich daraus entwickelnden Unruhen starben drei Menschen, etwa 100 wurden verletzt²⁵.

Am 23. Oktober veröffentlichte Kareem Amer auf seinem erst seit wenigen Monaten bestehenden Blog einen extrem islamkritischen arabischsprachigen Artikel²⁶. Übersetzt lautet der Titel „*Die nackte Wahrheit über den Islam, wie ich sie in Moharram Beh gesehen habe*“²⁷. Kareem bezeichnet den Islam darin als grundsätzlich unfähig zu Frieden und Freiheitswerten, unmenschlich und intollerant. Allein der erste und letzte Absatz des Textes sprechen Bände:

„The Muslims have taken the mask off to show their true hateful face, and they have shown the world that they are at the top of their brutality, inhumanity, and thievery.

They have clearly shown their worst features and have shown that in dealing with others they are not governed by any moral codes.

For as long as Islam exists on this planet all your efforts to end wars and disputes and upheavals will fail because Islam’s dirty finger will be found behind every catastrophic event to humanity.“²⁸

Drei Tage später wurde Kareem Amer das erste mal von ägyptischen Sicherheitskräften inhaftiert und 12 Tage lang illegal festgehalten²⁹. Bei den Befragungen wurde er psychisch und physisch gefoltert³⁰, seine Bücher und persönlichen Schriften wurden beschlagnahmt. Durch starke internationale Proteste kam er allerdings wieder frei.

Nach Kareems Freilassung dauerte es mehr als vier Monate bis zum nächsten Schritt in diesem Fall: Am 17. März 2006 wurde Kareem Amer wegen seiner islamkritischen Äußerungen sowie weiterer Kritik an den Lehrkräften von der Al-Azhar Universität ausgeschlossen³¹.

Die Al-Azhar Universität verfasste auch eine Mitteilung an die Sicherheitsbehörden zu Kareem Amer. Dies dürfte einer der Hauptauslöser der neuerlichen Verhaftung am 6. November 2006 gewesen sein, nachdem sich Kareem Amer weiter negativ über den Islam geäußert hatte. Diesmal wurde Kareem nicht wieder freigelassen; vielmehr wurde seine „Untersuchungshaft“ mehrfach verlängert³², bis am 22. November 2006 Anklage gegen ihn erhoben wurde. Die Anklagepunkte waren³³:

- Verbreitung von Informationen und böswilligen Gerüchten, welche die öffentliche Sicherheit stören
- Beleidigung des ägyptischen Präsidenten
- Anstiftung zum Sturz des Regimes basierend auf Hass und Verachtung
- Anstiftung zum Hass auf den Islam und das Brechen öffentlicher Friedensregeln
- Hervorheben unpassender Debatten zum Schaden des Ansehen Ägyptens und deren öffentliche Verbreitung

Auch nach der ersten Anklage kam es zu monatelangen Verzögerungen im laufenden Prozess, meistens auf Anfrage des Staatlichen Sicherheitsdienstes. Schließlich begann der Gerichtsprozess am 25. Januar 2007³⁴. Am zweiten Verhandlungstag, dem 1. Februar, wurden die staatlichen Ankläger durch islamische Vertreter ersetzt, deren Hauptverhandlungsführer Mohamed Dawoud war. Der Gerichtsprozess wurde noch ein weiteres Mal vertagt, auf den

22. Februar. An diesem Tag wurde Kareem Amer von Richter *Ayman al-Akazi* zu einer Haftstrafe von drei Jahren wegen Beleidigung des Islam sowie einem weiteren Jahr wegen Beleidigung des Präsidenten verurteilt. Damit war Kareem Amer der erste ägyptische Blogger, der für Veröffentlichungen im Internet zu einer Gefängnisstrafe verurteilt wurde.

WELTWEITE UNTERSTÜTZUNG

Schon bald nach Kareems zweiter Verhaftung regte sich im Internet starker Protest gegen die Inhaftierung. Allerdings darf man nicht glauben dieser sei spontan entstanden: Vielmehr stecken dahinter die Organisatoren von *MidEast Youth*³⁵, die bereits am Tag seiner Verhaftung³⁶ die Kampagnenseite *Free Kareem*³⁷ starteten.

Free Kareem! organisierte in den folgenden Wochen und Monaten weltweiten Protest in Form von Unterschriftenlisten und Demonstrationen³⁸ vor ägyptischen Konsulaten im Ausland, was das starke Interesse internationaler Medien³⁹ auf den Fall lenkte – in Deutschland berichteten u.a. *Die Zeit* und der *Spiegel*. Die Netzaktivisten halten auch nach Kareems Verurteilung den Protest durch verschiedene Aktionen aufrecht.

Trotzdem konnte die weltweite Unterstützung Kareem Amer nicht vor einer Gefängnisstrafe bewahren, selbst der Protest von amerikanischen, italienischen und schwedischen Abgeordneten blieb unerhört. Der Grund ist in der instabilen politischen Lage Ägyptens zu suchen:

ISLAMISTEN UND LIBERALE – DAS FRAGILE POLITISCHE (UN-)GLEICHGEWICHT

Um die Hintergründe der Verhaftung Kareem Amers zu verstehen, muss man einen Blick auf die politische Lage in Ägypten werfen – und in die Geschichte.

De facto regiert *Hosni Mubarak* die Präsidentialrepublik seit der Ermordung

Anwar as-Sadats im Oktober 1981 diktatorisch – gestützt auf die in gefälschten Wahlen errungenen Mehrheiten seiner Partei und die Macht des Militärs. Doch das ist nur ein Teil des politisch-sozialen Spektrums.

Denn Mubarak befindet sich politisch in einer schwierigen Lage. Er ist an fragile Gleichgewichte gebunden, die er zu wahren versucht. So ist Ägypten einer der bedeutendsten Verbündeten der USA im arabischen Raum – während sich der Präsident gleichzeitig als Erbe des panarabischen Gedankens *Gamal Abdel Nassers* zu profilieren sucht.

Der größte Unsicherheitsfaktor dürfte jedoch die islamistische *Muslimbruderschaft*⁴⁰ sein. Die *Ikhwan* (Brüder) sind eine gemäßigte fundamentalistische Islamistengruppe⁴¹, die in Ägypten eine starke politische Macht bilden. Bei den Wahlen zur Volksvertretung 2005 durften sie nicht als Partei antreten, ihre „unabhängigen“ Vertreter erreichten jedoch 88 Plätze, womit sie zur stärksten Oppositionspartei wurden. Ihre Macht stützt sich auf die Beliebtheit in den ärmeren Schichten, die sie – ähnlich wie in anderen Gebieten die Hizbollah – durch soziale Einrichtungen gewonnen haben. Dabei befürworteten die Muslimbrüder ausdrücklich Demokratie und Pluralismus⁴².

Das verbindet die Islamisten ausgerechnet mit ihrem Konterpart auf der anderen Seite des gesellschaftlichen Spektrums: Den Säkularen, Atheisten und Laizisten. Eine Verbindung, die Hosni Mubaraks Regime sehr gefährden könnte. Weswegen er versuchen muss, beide Seiten ruhigzustellen – oder sie aufeinander zu hetzen.

Im Juli 2007 fragte ein Autor von *Free Kareem!*: „*Did Kareem divide the blogosphere?*“⁴³ Auslöser war ein Artikel des *Global Voices Online*⁴⁴-Mitarbeiters *Sami ben Gharbia*, der sich mit eben dieser Fragestellung – den Differenzen zwischen Islamisten und Liberalen im Fall Kareem Amer – beschäftigt⁴⁵:

„...many believe that the Egyptian regime, using the stratagem of sowing discord by condemning Kareem Amer, has succeeded in dividing Egyptian bloggers into two camps: the Islamists, who criticize the way Kareem was writing about Islam and Muslims and, in a way, support his condemnation; and the liberals, who are defending Kareem’s rights and campaigning for his release. According to Elijah Zarwan, a Cairo-based

researcher for Human Rights Watch, “many of the people who defended Kareem in the Egyptian blogosphere strenuously objected, publicly or privately, to some of his writings. But they still defended his right to express his views. In any case, as the Egyptian blogosphere grows, it is becoming more reflective of the diversity and pluralism of Egypt itself. Kareem didn’t divide the blogosphere. It wasn’t unified to begin with.”

Dieser Feststellung zeigt recht deutlich auf, dass es den Verantwortlichen – ob dies nun die ägyptische Regierung, der Staatliche Sicherheitsdienst oder lokale Beamte sind – nicht gelungen ist, durch ein Exempel kritische Stimmen zum verstummen zu bringen und gleichzeitig die grundsätzlichen Unterschiede zwischen Islamisten und Liberalen zu einem offenen Streit entbrennen zu lassen. Vielmehr hat der Prozess gegen Kareem Amer die gemeinsamen Nenner beider Parteien verdeutlicht – bestens zu sehen an dem Schlusssatz vieler Artikel auf *Free Kareem!*: „*Don't forget your prayers for Kareem!*“

Das bedeutet zwar nicht, dass die Extremisten beider Seiten sich annähern – aber es verdeutlicht umso stärker, dass eben die gemäßigte Mitte, moderate Muslime wie liberale Atheisten, langfristig die bedeutendste Macht stellen kann – Voraussetzung für eine funktionierende Demokratie.

DER BIN RAJAB VS. AL-YOUSIF LIBEL CASE

*Mahmood Al-Yousif*⁴⁶ ist einer der Pioniere des Bloggens im arabischen Raum: „*The Blogfather*“⁴⁷ wird er in Bahrain genannt. Seine Bedeutung für die bahrainische und insgesamt arabische Blogosphäre ist in etwa mit der *Hossein Derakhshans*⁴⁸ für die iranische zu vergleichen, wenn auch in einem kleineren Format. Mit Derakhshan hat er auch den Einstiegszeitpunkt in die Welt der Blogs gemeinsam: Das Jahr 2001⁴⁹.

Al-Yousif ist IT-Experte, doch in Erscheinung tritt er als investigativer Blogger zu Themen der lokalen und internationalen Politik, Menschenrechte und Freiheitswerte. Besonders bahrainische Regierungsmitglieder sind ein häufiges Ziel seiner Kritik – etwa im November 2006 die Parlamentssprecherin

*Ahdeya Ahmed*⁵⁰.

Am 22. Dezember 2006 griff er so den neuen Minister für Gemeinden und Landwirtschaftliche Belange, *Mansoor Bin Rajab*, wegen einer Aussage harsch an⁵¹. Gut anderthalb Monate später, am 7. Februar 2007, wurde er vom *Criminal Investigation Department* zu einer Unterredung gebeten, in deren Verlauf ihm eine Beleidigungs- bzw. Verleumdungsklage⁵² des Ministers mitgeteilt wurde⁵³. Einen Tag später wurde förmlich verhört und erst gegen Zahlung einer Kaution in Höhe von 500 Bahrainischen Dollar (~ 1325 \$) auf freien Fuß gesetzt⁵⁴.

In den nächsten Tagen überarbeitete Mahmood Al-Yousif den Artikel, obwohl er ihn nicht als beleidigend befand⁵⁵, doch eine gütliche Einigung mit Mansoor Bin Rajab schlug fehl. Zwei Monate später wurde Al-Yousif wegen Vergehens gegen das Strafgesetzbuch und das Presse- und Publikationsrecht für den 17. April 2007 vor Gericht geladen⁵⁶. Im Falle einer Verurteilung konnte dies mit einer Freiheitsstrafe von bis zu zwei Jahren geahndet werden. Der Gerichtsprozess wurde jedoch kurzfristig wieder verlegt⁵⁷.

Schließlich erreichte Mahmood Al-Yousif, dass die Anklage gegen ihn fallen gelassen wurde, im Gegenzug entschärfte er dafür den Artikel⁵⁸. Das Ende des Falles wurde endgültig am 8. Mai 2007 bekannt gegeben.

PRESSEUNTERSTÜTZUNG FÜR MENSCHENRECHTE UND MEINUNGSFREIHEIT

Auch Mahmood Al-Yousif erhielt während seines Falles Erwähnung von regionalen Medien und teilweise auch aus dem Ausland, so wurde der Prozess vom *Spiegel*⁵⁹ und der *Jerusalem Post*⁶⁰ aufgegriffen. Auch verschiedene regionale Vereinigungen unterstützten ihn u.a. durch spezialisierte Anwälte⁶¹.

Allerdings blieb die Unterstützung für Al-Yousif mehr oder weniger regional begrenzt, es gab keinen internationalen Protest um diesen Fall – wohl auch begründet durch den erwarteten günstigen Ausgang des Prozesses. Dennoch gab es national einige Aufmerksamkeit für den Fall und auch eine Demonstration im Vorfeld des ursprünglichen, später abgesagten

Verhandlungstermines⁶².

EIN PROZESS UM DIE MEINUNGSFREIHEIT

Mahmood Al-Yousif sah seinen Prozess selbst als einen Prozess nicht gegen ihn, sondern gegen die Meinungsfreiheit⁶³:

„What I want to emphasize, if I may, this is not really a case against Mahmood Al-Yousif as much as it is a case against the tenets of the freedom of expression.

(...)

No, this is not a case against Mahmood Al-Yousif and never was. What I have written is rather mild when you consider it. This is a case purposefully levied to silence criticism.

Today it is me. Tomorrow it is everyone who dares to even glance “wrongly” at a public official, even if that official happens to be a janitor.“

Für Al-Yousif ist dieser Prozess der Versuch, an ihm als einem bekannten, kritischen, unter seinem realen Namen schreibenden Blogger ein Exempel zu statuieren – weswegen er schon früh anderen bahrainischen Bloggern riet, in den Untergrund zu gehen und anonym zu schreiben, um kein leichtes Ziel für die restriktive Justizmaßnahmen zu bieten⁶⁴.

Allerdings zeigt sein Fall auch, dass in einem semi-demokratischen Rechtsstaat wie Bahrain Menschenrechts- und Meinungsfreiheitsvertreter gegen die Regierenden gewinnen können, die bestehenden Möglichkeiten der medialen Präsenz und einer gesetzestreuen Justiz ausnutzend.

Die bedeutendste Komponente in diesem Prozess, die letztlich zu der außergerichtlichen Einigung geführt hat, ist jedoch die Tatsache, dass es keine bedeutenden offenen Konflikte gab, für die sich der Fall instrumentalisieren lassen hätte. Vielmehr hätte die negative Berichterstattung und die offene Teilnahme an dem Verfahren schwelende Konflikte aufbrechen lassen und die Position der kritischen Stimmen gestärkt.

ZWEI VERFAHREN, EINE MEINUNGSFREIHEIT?

Sowohl der Fall Kareem Amer als auch der Prozess gegen Mahmood Al-Yousif waren Verfahren gegen die Meinungsfreiheit, eines der wichtigsten Menschenrechte. Auch wenn beide Fälle sicherlich von Anfang an unterschiedliche Ausgangspunkte hatten – die angenommenen Vergehen Kareem Amers wiegen deutlich schwerer als die Al-Yousifs – so haben doch beide die Meinungsfreiheit als gemeinsamen Nenner.

Kareem Amer ist zu einer vierjährigen Freiheitsstrafe verurteilt worden – doch sein Artikel steht noch, sein Kampf wird weitergekämpft. Mahmood Al-Yousif hat seinen Text beschnitten - und ist frei.

Kareem Amer und Mahmood Al-Yousif haben vor allem beide Prozesse bestritten, in denen sie nicht für den Inhalt ihrer Texte, sondern für ihre Veröffentlichung zur Rechenschaft gezogen wurden. Darin gleichen sich auch beide Rechtssysteme – und in der Tatsache, dass es sich um Straf-, nicht um Privatprozesse handelte.

Doch allein schon die Behandlung der beiden macht den Unterschied zwischen Bahrain und Ägypten deutlich: Kareem wurde gefoltert und beschimpft – Mahmood höflich zum Tee geladen. Lediglich zwei Gesichter einer Weltanschauung? Nicht nur.

MÖGLICHKEITEN DES POLITISCHEN BLOGGENS

Obwohl scheinbar beide Fälle belegen, dass politische Blogger staatlichen Repressionen unterlegen sind, lässt sich doch an ihrer Rezeption das Gegenteil ablesen. Denn die Tatsache allein, dass einzelne Blogger verfolgt werden, sagt mehr über ihre Wirksamkeit aus als über ihre Gefährdung.

Während weltweit hunderte Journalisten und Schriftsteller im Gefängnis sitzen, sind nur einige Dutzend Blogger betroffen. Der eine Grund dafür mag sein, dass Journalisten üblicherweise professioneller und langfristiger arbeiten – hauptsächlich allerdings ist dieses Verhältnis der Tatsache geschuldet, dass Blogger anonym schreiben können.

Dieser Punkt verbindet nämlich Kareem Amer und Mahmood al Yousif: Beide verfassten ihre Blogs unter ihren realen Namen – und machten sich so angreifbar. Tatsächlich haben die meisten der inhaftierten Blogger eben diesen „Fehler“ gemacht – denn Anonymität im Internet ist heute technisch erreichbar, wenn auch staatliche Überwachung das zu verhindern versucht.

Blogger können so Menschen erreichen, wo Computer sind – während Journalisten ihre Zeitschriften immer noch drucken und verteilen müssen. Dabei sind vor allem die Kosten, aber auch der logistische Aufwand größer: Weite Streuung und internationale Aufmerksamkeit sind nur schwer zu erreichen.

Blogger dagegen schreiben ihre Nachrichten hinaus in die Welt – und empfangen auch Rückantworten. Feedback in Form von Kommentaren und eMails ermöglicht Bloggern den Dialog, während Journalisten gezwungen sind einseitig zu kommunizieren.

Dieser Vorteil, ein frei verfügbares, weitreichendes und interaktives Medium zu sein, prädestiniert Blogs besonders für politische Berichterstattung. Denn sie erlauben es jedem, der Informationen hat, diese zu verbreiten – eine staatliche Kontrolle wie etwa bei Zeitungen und Fernsehen ist unmöglich.

Stattdessen können Blogger mit ihren Lesern in Kontakt treten: Nicht allein Information, sondern auch Diskussion gehört zur Blogkultur. Ein Faktor, der die Fehlerquote der Berichterstattungen in Blogs deutlich senkt und dazu dient, Informationen zu präzisieren.

Die technische Lösung Blog ist längst als politisches Medium erkannt und anerkannt worden. Sie ist frei, demokratisch und sicher – die Möglichkeit für jeden, seine Meinungen und Informationen jederzeit und ohne Angst anderen mitzuteilen.

KOMMERZIALISIERUNG DER BLOGOSPHÄRE

BLOGS IM WANDEL VOM HOBBY ZUM KOMMERZIELLEN MEDIUM

Mit steigenden Leserzahlen und immer größerer Anzahl an Autoren hat sich die Blogosphäre auch zu einem interessanten Platz für kommerzielle Interessen entwickelt. Sowohl von innen als auch von außen gibt es einen deutlichen Trend in Richtung finanzieller Verwertung des „User Generated Content“ und des Mediums Blog selbst.

Auch dieser Trend geht deutlich von den USA als Ursprungsland und größter Blog-Nation aus, hat sich allerdings mittlerweile in den Industriestaaten durchgesetzt und ist weltweit auf dem Vormarsch, wenn auch die letztendliche Akzeptanz und Nutzung wirtschaftlicher Verwertung eine individuelle Entscheidung des einzelnen Betreibers ist.

„Wirtschaftliche Verwertung“ bedeutet dabei de facto den Einsatz von verschiedentlich gearteten Werbeflächen, die beinahe alleine die Einnahmemöglichkeiten für Blogger darstellen.

DIE SITUATION IN DEUTSCHLAND: AKZEPTANZ UND ABLEHNUNG

In Deutschland gibt es eine deutliche Teilung der Blogosphäre in die Lager der Werbebefürworter und derjenigen, die sie strikt ablehnen – mit allen üblichen Schattierungen natürlich. Einer der bekanntesten Werbegegner ist der Journalist und Autor *Don Alphonso*¹, der mit der Kommerzialisierung einen Werteverfall und mangelnde Authentizität befürchtet. Zu den Befürwortern zählen unter anderem *Sascha Lobo*, Autor bei der *Riesenmaschine*² und Mitbegründer der *Zentralen Intelligenz Agentur*³, aber auch Deutschlands bekannteste Blogger *Johnny Haeusler*⁴, *Robert Basic*⁵ und *Stefan Niggemeier*⁶.

Eine Umfrage von *Robert Basic* ergab, dass von gut 300 Lesern 41 Prozent Werbung an einer bestimmten Stelle ablehnten⁷, eine Zahl, die als in

etwa repräsentativ gesehen werden kann. Dennoch ist ein Großteil der wichtigsten deutschen Blogs kommerziell ausgelegt, wenn auch nicht zwingend als Haupteinnahmequelle des oder der Autoren.

DIE LAGE, INTERNATIONAL

Auch auf internationalem Blog-Parkett, das heißt vor allem in den USA, gibt es durchaus die Diskussion um den Einsatz von Werbung und auch deren Dimension. Allerdings hat die Entwicklung gezeigt, dass eine einheitliche Handhabung nicht möglich ist. Vielmehr bleibt die Entscheidung pro oder kontra Werbung in den Händen des Autors. In den USA hat sich dabei Werbung stark etabliert, ebenso in anderen europäischen Ländern. Dagegen sind die Blogs afrikanischer oder arabischer Autoren noch beinahe völlig werbefrei.

MASSEINHEITEN – WIE WIRD EIGENTLICH (AB-) GERECHNET?

Es gibt verschiedene Maßeinheiten, die von Bloggern verwendet werden, um die Relevanz ihrer Blogs zu messen. Allerdings sind diese Maßeinheiten nicht genormt: Sie lassen sich mittels verschiedener Anbieter feststellen, allerdings zeigen diese häufig deutliche Differenzen auf. Die wichtigsten Maßeinheiten seien hier kurz vorgestellt:

1) Unique Visitors

Was Werbung angeht der wichtigste Wert: Die Anzahl absolut eindeutiger Besucher, d.h. die Leserzahl in Personen pro Tag.

2) Page Impressions

Die Anzahl der Seitenaufrufe, also jegliche Aktivität im Blog.

3) Feed-Abonnenten

Die Anzahl der Leser, die den Feed eines Blogs abonniert haben.

4) Verlinkungen

Die Anzahl der Blogs, die auf das eigene Blog verweisen. Ungewöhnlicher die Anzahl aller Links von Blogs zum eigenen Blog.

Vielfach beruht die Bezahlung auf diesen Relevanz-Kriterien – entweder einzeln, meist jedoch kumuliert. Die üblichsten Formen sind im Folgenden aufgezählt. Dabei wird der Wert meistens vom Anbieter selbst ermittelt.

1) Impressions

Eine Bezahlung nach jeweils 1000 Seitenaufrufen („Betrachtungen“).

2) Klicks

Bezahlung dafür, dass die Werbung von Usern angeklickt wurde. Gerechnet wird mit der *Click-through Rate*, dem Prozentsatz an Klicks auf 1000 Besucher.

3) Kauf

Bezahlung, wenn der Leser ein beworbenes Produkt kauft.

4) Fixpreis

Viele Angebote werden mit monatlicher, fixer Entlohnung honoriert.

DER GOOGLE PAGERANK – WICHTIGSTER WERT FÜR WERBER

Der nach dem *Google*-Mitbegründer *Larry Page* benannte PageRank⁸ ist der sicher mit Abstand bedeutendste Wert für kommerziell ausgerichtete Blogbetreiber. Der PageRank ist ein Algorithmus, um verlinkten Elementen (Websites) ein Gewicht (den PageRank) zuzuordnen. Das Grundprinzip besagt, dass, je mehr Links auf eine Seite verweisen, deren Gewicht umso höher ist. Je höher das Gewicht der verweisenden Seiten ist, desto größer ist der Effekt.

Die wichtigste Suchmaschine *Google*⁹ verwendet diesen PageRank zur

Bewertung von Internetseiten – und damit auch Blogs. Wenn man voraussetzt, dass etwa 30 bis 90 Prozent der Besucher eines größeren Blogs über Google kommen, kann man die Bedeutung des PageRanks für den kommerziellen Erfolg nachvollziehen.

GELD VERDIENEN MIT BLOGS – DIE ÜBLICHEN SYSTEME

Im Folgenden werde ich die üblichsten Systeme, mit Blogs Geld zu verdienen, aufzählen und erklären. Ich werde mich dabei an meinen eigenen Erfahrungen mit den größten und branchenüblichen Anbietern in Deutschland orientieren, dennoch ist die Auswahl der Systeme international übertragbar.

DER KLASSIKER: BANNERWERBUNG

Eine Umfrage von Robert Basic brachte im August 2007 zutage, dass über 80 Prozent der werbenden Blogger Bannerwerbung einsetzen¹⁰. Weltweit heißt der Marktführer hier *Google AdSense*¹¹, ein Unternehmen der *Google Corporation* also.

Der Grund dafür: Google hat ein einfaches, automatisiertes System für die Kunden entwickelt – und „kontext-sensitive“ Anzeigen, also Werbung, die zum Thema der Seite passt – oder es zumindest sollte.

AdSense zahlt pro Klick – der mittlere Wert liegt bei etwa 0,20 Euro. Nicht gerade viel, aber auf Dauer eine stabile Einnahmequelle. Dennoch zeigen sich bei AdSense deutliche Probleme – nicht nur finanzielle, sondern vor allem auch die verschlossene Informationspolitik und rigide AGB des Anbieters.

Deshalb haben sich verschiedene Systeme entwickelt, dem Marktführer zu entfliehen. Gemeinsam haben sie vor allem eines: Fixe Bezahlung, basierend auf dem zu erwartenden Besucheraufkommen. Das einfachste führt der deutsche Topblogger *Robert Basic* vor, der auf Selbstvermarktung¹² setzt. Die Kundenaquise übernehmen in seinem Fall Dritte auf Provisionsbasis, dennoch

ist die Vermarktung auf diese Weise nur mit größerem Aufwand und ab einer erreichten hohen Reichweite möglich. Der finanzielle Vorteil gegenüber AdSense – und daran muss sich jedes Konzept messen lassen – wird durch den erhöhten Arbeitsaufwand marginalisiert. Der Vorteil liegt viel eher bei der Möglichkeit, Werbeanbieter selbst auszusortieren und tatsächlich kontext-sensitive Anzeigen zeigen zu können.

Einen Mittelweg zwischen Selbstbestimmung und Arbeitsaufwand bieten Werbeagenturen. In Deutschland haben *Sascha Lobo* und *Johnny Haeusler* Anfang 2007 mit dem Unternehmen *Adical*¹³ einen großen Streit ausgelöst – Adical ist eine genossenschaftlich organisierte Werbeagentur, die zu Anfang nur etwa 20 Blogs umfasste¹⁴. Der Hauptkritikpunkt war, dass mit Adical Blogger ihre Werbung selbst organisierten – wodurch etwa *Don Alphonso* eine Vermischung von (redaktionellem) Inhalt und Anzeigen befürchtete – obwohl die beiden Gründer ausdrücklich eine Trennung beider Bereiche betonten¹⁵.

Dennoch zeigte Adical zu Anfang durchaus Erfolge und führte einige Kampagnen durch, bis Mitte 2007 das Geschäft einschief – die Zukunft des ambitionierten Unternehmens bleibt offen.

Der große Nachteil von Adical ist die Tatsache, dass das Unternehmen mit nur einer sehr kleinen Gruppe an Teilnehmern startete – ein allgemeines Konzept kann die Selbstorganisation auf diese Art nicht werden.

Anders haben es die Organisatoren des malaysisch-singapurischen StartUps *Nuffnang*¹⁶ angefasst. Die „Werbe-Community“ hat seit ihrer Gründung Anfang 2007 rund 9.000 Mitglieder angesammelt und versteht sich als offene Gemeinschaft. Allerdings zeigt sie auch deutliche Nachteile – denn die Werbung wird zwar den Blogs entsprechend zugeteilt, aber nicht automatisch, sondern in Handarbeit.

Dennoch hat Nuffnang sich innerhalb kürzester Zeit etablieren können. Denn eine einfache Handhabung – wie bei Google AdSense – und eine bessere Bezahlung locken die Mitglieder.

Das Hauptproblem dieser AdSense-Alternativen bleibt jedoch bestehen:

Werbekunden müssen angeworben werden, während AdSense auch für sie automatisierte Wege bietet. Ein Problem, das sich auf kurze Sicht nicht lösen lässt wird – mittelfristig bleibt AdSense der unumstrittene Marktführer. Aber wird Bannerwerbung auch weiterhin derartige Bedeutung haben? Andere Werbeformen sind auf dem Vormarsch.

VERDIENST: Üblicherweise wird bei AdSense von einer Click-through Rate zwischen 0,5 und 1,5 Prozent ausgegangen – bei einer Vergütung zwischen 10 und 30 Euro-Cent pro Klick. Daraus ergibt sich ein eCPM (Einnahmen aus 1000 Impressions) 0,50 und 4,50 Euro.

Der meistgelesene deutsche Blogger Robert Basic verdiente mit AdSense Anfang 2007 monatlich etwa 200 Euro, was bei 250.000 Page Impressions einem eCPM von 0,80 Euro entspricht¹⁷.

TEXTLINKS – KLEIN UND GUT BEZAHLT, ABER GOOGLE ALS FEIND

Ein wenig überraschendes Ergebnis aus der *Basic Thinking*-Umfrage war die Tatsache, dass Textlinks eine für Blogger vergleichsweise effektive Werbeform darstellen. Anders als Banner haben gekaufte Links nicht das Ziel, den Besucher direkt auf die beworbene Seite zu lenken, sondern erhöhen vielmehr den PageRank der verlinkten Seite, sodass diese bei Google besser gewertet wird und mehr Suchmaschinentreffer anzieht.

Textlinks werden üblicherweise monatsweise über einen Vermittler gemietet und kosten zwischen wenigen Euro und niedrigen dreistelligen Beträgen, je nach PageRank der vermietenden Seite. Da sie wenig Platz wegnehmen und fix bezahlt werden – unabhängig von etwaigen Klickzahlen – sind sie einfacher zu handhaben als Banner, die auf gute Wirkung ausgerichtet werden müssen.

Einen großen Nachteil hat das Verkaufen von Textlinks jedoch: Google droht Anbietern mit einem Entzug des PageRanks (bzw. seiner Vererbung) und einer negativen Indexierung, durch die das abgestrafte Blog in den Suchergebnissen von Google zurückfällt. Dass dennoch viele Blogger Textlinks

anbieten, liegt zum einen daran, dass diese bei dem hohen natürlichen Linkaufkommen weder auffallen noch automatisiert werden können, zum anderen daran, dass Textlinks für viele Blogs eine starke Einnahmequelle darstellen – bei Robert Basic, Nummer eins der deutschen Blogcharts, über 60 Prozent¹⁸.

VERDIENST: Die Bezahlung von Textlinks richtet sich nach dem PageRank der Seite. Die Vermarktung beginnt bei einem PageRank von 3 mit monatlichen Summen zwischen 2 und 10 Euro pro Link, bei einem höheren PageRank kann der Wert eines Links auf bis zu 100 Euro steigen. Durch das Kombinieren mehrerer Anbieter ließen sich theoretisch mehrere Dutzend Textlinks vermieten, eine Auslastung von 50 Prozent der angebotenen Werbeplätze ist allerdings realistisch.

Robert Basic verzeichnete bei einem PageRank von 6 monatliche Einnahmen von über 500 Euro mit etwa zehn vermieteten Textlinks.

AFFILIATE-PROGRAMME – GUTE GELDQUELLE ODER NUTZLOSE ZEITVERSCHWENDUNG?

Eine der in ihrer Effektivität für Blogger umstrittensten Einnahmequellen sind sogenannte Affiliate- oder Partnerprogramme. Affiliateprogramme arbeiten mit Bannern, ihre Ausrichtung geht aber auf den Erwerb von damit beworbenen Produkten.

Eines der bekanntesten Partnerprogramme bietet etwa *Amazon*¹⁹ an – wenn ein Leser ein Affiliate-Banner klickt und im Anschluss bei Amazon einkauft, erhält der Werbepartner eine Gewinnbeteiligung von etwa 5 Prozent. Nach diesem Prinzip arbeiten beinahe alle Affiliate-Programme.

Affiliate-Programme sind noch weitaus stärker als normale Werbebanner auf Optimierung ausgelegt: Die Gewinne sind vielversprechend, aber schwieriger zu erreichen. Daher lohnen sich Partnerprogramme nur, wenn sie deutlich in den Kontext des Blogs eingebunden sind, also etwa Amazonlinks zu

Buchrezensionen. So optimiert, können sie durchaus gute Gewinne generieren – aber die aufwändige Arbeit dahin macht eine Konzentration auf das Thema nötig. Für Blogs sind Partnerprogramme daher nur eingeschränkt brauchbar.

VERDIENST: Da der Erfolg von Affiliate-Programmen sehr stark schwankt, ist eine Schätzung nur schwer möglich. Ohne besondere Pflege liegen sie noch deutlich unter der Gewinnrate von Bannerwerbung.

REZENSIONEN: GUTE TIPPS ODER SCHLEICHWERBUNG?

Eine der umstrittensten Werbeformen stellen sogenannte Rezensionen dar. Dabei verfasst der Blogger einen Beitrag zu einem vorgegebenen, also beworbenen, Thema und wird dafür entlohnt.

In Deutschland wird diese Werbeform seit 2006 von dem Schweizer Unternehmen *Trigami*²⁰ angeboten. Trigami vermittelt dabei Aufträge in Form von Kampagnen an Blogger. Besonderer Wert wird dabei auf die Meinungsfreiheit des Autors gelegt, dem sachliche Kritik ausdrücklich erlaubt ist, und auf die genaue Kennzeichnung bezahlter Aufträge. Dennoch zog das Unternehmen mehrfach durch Kampagnen unseriöser Anbieter Kritik auf sich.

Rezensionen bieten für Blogger den Vorteil, dass sie hohe fixe Zahlungen versprechen und dem Hauptfeld des Bloggens, dem Schreiben, entsprechen. Außerdem sollten sie im Idealfall thematische Nähe zum Blog haben. Der Nachteil dagegen ist die Tatsache, dass werbliche Artikel – im redaktionellen Bereich - von vielen Lesern als störend aufgefasst werden. Außerdem bedeuten sie, anders als die übrigen Werbeformen, einen deutlichen Zeitaufwand.

Für Auftraggeber bedeuten Rezensionen einen dreifachen Gewinn. Zum einen wird das Produkt im Idealfall für gut befunden und positiv beworben, zum anderen ist das Setzen mindestens eines Links Pflicht, was eine Steigerung des Pageranks bedeutet. Ein dritter Vorteil, der von vielen Anbietern aufgegriffen

wird, ist die Prüfung des Produktes auf etwaige Fehler, die sonst von Betatestern durchgeführt wird.

Durch diesen dreifachen Effekt – und die Tatsache, dass der Link dauerhaft gesetzt wird – lohnen sich Rezensionen besonders für Auftraggeber – wenn ihr Produkt nicht verrissen wird. Blogger dagegen sind mit dem durchschnittlichen Entgelt vergleichsweise schlecht bezahlt, wenn man den Vergleich zu anderen Werbeformen, insbesondere Textlinks, zieht. Die hohen Einkommensmöglichkeiten gleichen dies jedoch wieder aus: Keine andere Werbeform bietet für kleine Blogger derartige finanzielle Chancen.

VERDIENST: Die Entlohnung von Rezensionen richtet sich bei Trigami nach einem Wert, der sich aus verschiedenen Faktoren wie dem PageRank, den Besucherzahlen und der Verlinkung des Blogs zusammensetzt. Üblich ist eine Preisspanne von 35 bis 70 Euro pro Rezension, nach Unternehmensangaben reicht das Spektrum von 7 bis 150 Euro.

Pro Monat kann ein Blogger mit 5 bis 10 Angeboten rechnen, für die er sich allerdings noch bewerben und angenommen werden muss. Realistisch ist ein monatlicher Verdienst von bis zu 500 Euro.

BIG BROTHER GOOGLE UND DIE SEO'S

Eines der größten Probleme, auf das jeder stoßen wird, der im Internet Geld verdienen möchte, ist das Unternehmen Google. Denn was einst als Suchmaschine begonnen hat, ist heute das größte Werbeunternehmen der Welt²¹ und beherrschender Faktor in den Besucherströmen des Internets. Der Effekt ist, dass ein Erfolg gegen Google kaum oder nur schwer möglich ist.

Ein Berufszweig, der genau diese Tatsache aufgreift, sind die sogenannten SEO's – Search Engine Optimizer, Suchmaschinen-Optimierer. SEO's optimieren Seiten auf bessere Besucherzahlen dank Google hin – und sind dem Branchenriesen ein großer Dorn im Auge, das sie dadurch das System der Suchmaschinen – die zutreffendsten Beiträge zu finden – untergraben.

Auch unter Bloggern sind SEO's nicht sehr beliebt – ihr Vorgehen wird als unehrlich und unehrenhaft gesehen. Dennoch werden sich kommerzielle Blogger mit SEO arrangieren müssen, denn Erfolg ist zwar auch ohne möglich, aber SEO steigert die möglichen Einnahmen deutlich – und die fließen, wenn man sie selbst nicht bekommt, in andere Taschen.

DIE ZUKUNFT: NEUE WERBUNG ODER OPTIMIERUNG?

Neue Werbeideen für die Blogosphäre scheint es nicht zu geben – denn auch in den USA verdient man auf die gleiche Weise Geld wie in Deutschland, und dort ist man üblicherweise einige Jahre voraus. Vielmehr scheint alles auf Optimierung hinauszulaufen: Besser platzierte Anzeigen – teilweise mit Videos anstelle von Bannern – und vor allem interessantere Werbung soll es sein. Denn der Blogger lebt vor allem mit und nicht von seinen Lesern.

Diese Selbstwahrnehmung ist es auch, die der immer wieder diskutierten Idee von bezahlten Blogs entgegensteht. Denn Blogger wollen von ihren Lesern kein Geld nehmen. Vor allem aber würden diese auch nicht bezahlen wollen. Denn das Internet ist ein werbefinanziertes Medium, in dem sich nur wenige immaterielle Waren verkaufen lassen.

MEHR ALS NUR EIN HOBBY?

Mit dieser Feststellung werden sich auch professionelle Blogger arrangieren müssen – denn diese wird es in Zukunft vermehrt geben. Wo heute selbst unter den bekanntesten Bloggern nur wenige von ihrer Arbeit leben können – in Deutschland vielleicht ein gutes Dutzend – wird es in Zukunft eine breitere Berufsschicht der Blogger geben. Ein werbefinanzierter Beruf.

BLOGS UND KONVENTIONELLE MEDIEN

EIN GESPANNTES VERHÄLTNIS

Das Verhältnis zwischen Bloggern und Machern konventioneller Medien, insbesondere der Presse, ist zweispältig. Einerseits gibt es eine deutliche gegenseitige Abneigung, andererseits auch eine starke Bezüglichkeit der beiden Medienformen aufeinander.

Eines der bekanntesten Zitate dieser Auseinandersetzung stammt allerdings nicht von einem Presse-Journalisten, sondern von dem Hamburger Werber *Jean-Rémy von Matt* in einer Rundmail zur Aufnahme der Aktion „Du bist Deutschland“ in den Medien¹:

Der Dank: Miesepetrigkeit. Glücklicherweise nur von den Gruppen, von denen man nichts besseres erwarten konnte: (...)

Von den Weblogs, den Klowänden des Internets. (Was berechtigt eigentlich jeden Computerbesitzer, ungefragt seine Meinung abzusondern? Und die meisten Blogger sondern einfach nur ab. Dieser neue Tiefststand der Meinungsbildung wird deutlich, wenn man unter www.technorati.com eingibt: Du bist Deutschland.)

Dass Jung von Matt mit dieser Meinung allerdings durchaus Zustimmung von Seiten der Presse erfährt, wird immer wieder in Statements teilweise hochrangiger Redakteure deutlich. Allerdings ist die Abneigung wohl doch eher dem Opportunismus der Verlagshäuser unterworfen, so starteten die meisten großen Tageszeitungen Deutschlands in den letzten Jahren redaktionell geführte Blogs, von denen allerdings nur *Indiskretion Ehrensache*² des *Handelsblatt*³-Autoren *Thomas Knüwer* größere Bekanntheit erlangte. Als Problem dieser Blogs wird allgemein angesehen, dass es sich zwar der Technik nach um Blogs handelt, die Autoren aber in der Handhabung nicht mit dem Format zurechtkommen, insbesondere mit der Autor-Leser-Kommunikation

etwa über Kommentare.

Andererseits ergab eine repräsentative Umfrage⁴ von *news aktuell* 2007, dass 12 % aller Journalisten ein eigenes Blog führen⁵. Eine Zahl, die *Robert Basic* anzweifelt⁶ – er schätzt den Wert eher auf 1-2 Prozent. Die Wahrheit dürfte dazwischen liegen – dass Journalisten häufiger bloggen als der Durchschnitt darf als wahrscheinlich gelten. Das spiegelt sich auch in den *Deutschen Blogcharts*⁷ wieder – viele der gelisteten Angebote werden von gelernten Journalisten geführt. Zu den erfolgreichsten erzählt der gleich zweifach gelistete *BILDblog*⁸-Macher *Stefan Niggemeier*⁹, ein diplomierter Medienjournalist, der zuvor unter anderem für die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung schrieb.

Problematisch ist allerdings das geringe Ansehen von Blogs als Nachrichtenquelle für Journalisten: In der genannten Umfrage nannten nur 3 Prozent aller Befragten Blogs als regelmäßige Quelle für ihre journalistische Arbeit – und mehr als die Hälfte nutzte nach eigenen Angaben nie Blogs für diese¹⁰.

GEGENSEITIGE KRITIK

Häufige Kritikpunkte der Printmedien an Blogs sind deren angenommene Ungenauigkeit, das Fehlen journalistischer Standards und die Anonymität der Autoren¹¹.

Besonders der letztgenannte Kritikpunkt ist durch die Impressumspflicht¹² nach §5 des Telemediengesetzes (TMG)¹³ bereits auf juristischem Wege zur Makulatur degradiert. In der Tat finden sich auf den meisten Blogs eigene „About-“ Seiten, die mehr oder weniger detailliert Auskunft über den Autoren geben.

Bei einer Untersuchung der 20 in den *Deutschen Blogcharts* vom 05. Dezember¹⁴ am höchsten rangierenden Blogs fand sich auf 19 der Seiten ein Impressum. Lediglich das unter österreichisches Recht¹⁵ fallende, non-kommerzielle Gemeinschaftsblog *ix umrühren bitte*¹⁶ leistete diese Angabe

nicht. Zusätzlich verfügten 60 Prozent der untersuchten Blogs über eine Seite, die weitere Auskunft über den oder die Autoren leistet. Weit mehr also, als eine übliche Tageszeitung an Informationen über die Autoren zur Verfügung stellt.

Auch zur Befolgung journalistischer Standards sind Blogger mit einer „journalistischen Ausrichtung“ - je nach Auslegung des Gesetzes jeder, der für einen weiteren Publikumskreis als sein persönliches Umfeld schreibt – gesetzlich verpflichtet. Das sich dennoch nicht alle daran halten, ist kaum verwunderlich – betrachtet man das Verhalten der Presse selbst.

Einige der wichtigsten deutschen Blogs beschäftigen sich ganz oder teilweise mit Medienkritik, nicht zuletzt das bereits genannte *BILDblog*, aber auch die *Blogbar*¹⁷, *Irgendwas ist ja immer*¹⁸ oder *Medienrauschen*¹⁹, allesamt geführt von auch im Printbereich erfahrenen professionellen Journalisten. Gerade diese Autoren üben teilweise heftige Kritik an dem Verhalten der sich selbst als „Qualitätsmedium“ betitelnden Print-Sparte.

Dabei richtet sich die Kritik nicht allein gegen bekanntermaßen problematische Medien wie *BILD*, sondern auch gegen anerkannte Produkte wie den *Spiegel*²⁰. Kritisiert werden vor allem Ungenauigkeit, Kampagnenjournalismus und unkritische Betrachtungsweisen. Besonders der allgemein vorherrschende konservative Tenor in deutschen Printmedien, der Trend hin zu mehr boulevardistischen Berichten und die kritiklose, ungeprüfte Übernahme von Agenturmeldungen stehen dabei im Vordergrund. Zusammengefasst ergibt sich daraus der Vorwurf, dass konventionelle Medien ihre selbst proklamierte Gatekeeper-Funktion missbrauchen, um wirtschaftliche oder politische Interessen durchzusetzen, anstatt den Rezipienten angemessen zu informieren.

EIN GEMEINSAMER WEG?

Die Kritikpunkte beider Seiten haben durchaus ihre Berechtigung. Allerdings herrscht doch von Seiten der Presse eine deutlichere Verallgemeinerung und ablehnendere Haltung als sie die Blogger zeigen. Dass

diese häufig weder die Ausbildung noch die Infrastruktur eines Spiegel- oder Süddeutsche-Journalisten zur Verfügung haben, ist gegeben. Dennoch entstehen in vielen Blogs Beiträge von deutlich höherer Qualität. Grund dafür ist die Tatsache, dass Blogger sich deutlich stärker spezifizieren können und mehr Zeit für Recherche und Verfassen des Artikels haben.

Problematisch ist dabei, dass die Unterschiede zwischen Blogs und Presse von beiden Seiten zu einem Konkurrenzkampf hochstilisiert werden, der nach Ansicht von Experten gar nicht existiert. So gingen *Stefan Niggemeier* und *Katharina Borchert*²¹, Bloggerin und Chefredakteurin Online der *WAZ-Gruppe*, im März 2007 in einem Interview mit der *taz*²² davon aus, dass Massenmedien „gute Überlebenschancen“ (Zitat Niggemeier) hätten – wenn sie „ihre Schwerpunktsetzung und auch ihre Arbeitsweisen verändern“ (Zitat Borchert).

Der logische Schluss ist, dass Blogs und Printmedien nicht gegeneinander, sondern ergänzend wirken. Ein Beispiel, wie dies geschehen kann, zeigt der Blick auf die Medienberichterstattung während der blutig niedergeschlagenen Demonstrationen in Burma Ende September und Anfang Oktober 2007.

DIE SAFRAN-REVOLUTION

Am 15. August 2007 wurden die Treibstoffpreise in Burma schlagartig um bis zu 500 Prozent erhöht, Grund dafür war das Wegfallen staatlicher Subventionen²³. Das löste in Folge einen Protestmarsch durch Rangun von Studenten der 88er Generation aus, die bereits in den Aufstand 19 Jahre zuvor involviert gewesen waren. Die Demonstration wurde aufgelöst, mehrere Aktivisten später verhaftet²⁴.

Am 5. September, also gut drei Wochen später, demonstrierten in Pakokku 600 Mönche gegen die verschlechterten Lebensverhältnisse, da von den Preissteigerungen auch die von den Mönchen erbettelten Almosen negativ beeinflusst wurden. Nach dem von Prügeleien und Verhaftungen geprägten Einsatz der Polizei²⁵ kam es in den folgenden Tagen zu gewaltsamen Aktionen

von Seiten der Mönche gegen Polizei²⁶ und Regierungsanhänger²⁷.

Dennoch verweigerte die Regierung weiterhin die geforderte öffentliche Entschuldigung. Die Drohung der Mönche, keine Almosen von Militärangehörigen mehr anzunehmen – was im Buddhismus der Exkommunikation gleichkäme – wurde ignoriert²⁸. Daraufhin begann am 17. September eine landesweite Welle meist friedlicher Protestzüge der buddhistischen Mönche²⁹.

Bis zum 24. September verstärkten sich die Demonstrationen immer mehr. Nachdem es zwei Tage zuvor einer Gruppe Mönche gelungen war, zu dem Haus der unter Arrest stehenden burmesischen Friedensnobelpreisträgerin und Heldin der gescheiterten Revolution von 1988 *Aung San Suu Kyi* vorzudringen³⁰, protestierten schließlich allein in der früheren Hauptstadt Rangun mehr als 100.000 Menschen³¹. Dabei wandelte sich das Auftreten der Demonstranten deutlich: Zum einen beteiligten sich immer mehr Zivilisten an dem Aufstand, zum anderen wurden die Forderungen politischer und allgemeiner.

Nachdem trotz Warnungen der Junta und des erneuerten Versammlungsverbotes auch an den beiden Folgetagen über 100.000 Menschen in Rangun demonstrierten, setzten Soldaten des Regimes am 26. September Schusswaffen³² gegen die Demonstranten ein³³. Verschiedenen Berichten zufolge kamen dadurch zwischen drei und acht Personen ums Leben³⁴.

Dennoch beteiligten sich auch am Folgetag etwa 70.000 Demonstranten an den Protestzügen durch Rangun, allerdings immer weniger Mönche, da viele von ihnen unter Arrest gestellt oder verhaftet worden waren. An diesem Tag wurden neun Menschen von Soldaten getötet, darunter auch der japanische Fotoreporter *Kenji Nagai*³⁵.

Am 28. September setzte die Junta auch bewaffnete Häftlinge gegen die Demonstranten ein. Es wurde von Auflösungserscheinungen der Regierungsmacht und Auseinandersetzungen innerhalb der Führung berichtet³⁶. In einigen Gebieten des Landes verweigerten Truppen den Befehl. Allerdings gingen die Proteste in den nächsten Tagen zurück, während die Soldaten weiterhin mit Waffengewalt auch gegen Mönche in ihren Klöstern vorging³⁷. Am 30. September verkündete die Regierung das Ende des

Aufstandes³⁸.

In der Tat protestierten zwar weiterhin Mönche und Zivilisten in Rangun und anderen Landesteilen, allerdings weitaus weniger als zuvor. Stattdessen richtete die Junta eigene, regimefreundliche Demonstrationen aus, deren Teilnehmer allerdings dazu gezwungen wurden, mitzumarschieren³⁹. Gleichzeitig wurden landesweit Oppositionelle und Mönche in gezielten Verhaftungen festgenommen, in ihrer Gesamtzahl nach staatlichen Quellen 2927, unabhängigen Informationen zufolge allerdings mehr als 6000, von denen jedoch viele wieder entlassen wurden⁴⁰. Die Zahl der Toten kann nicht genau bestimmt werden, liegt aber wohl im mittleren zweistelligen Bereich.

NACHRICHTEN AUS DEM UNTERGRUND

Einer der größten Unterschiede zwischen dem Aufstand des Jahres 1988 und der Safran-Revolution 2007 war die Medienberichterstattung. Wurde 1988 die Lage in Burma kaum wahrgenommen, beherrschte das Thema 2007 für einige Zeit die internationalen Schlagzeilen. Grund dafür war nicht zuletzt die bessere Verfügbarkeit an Informationen.

Dabei zeichneten sich vor allem zwei wichtige Nachrichtenquellen ab: Der unabhängige Sender *Democratic Voice of Burma*⁴¹, der auf ein größeres Netzwerk an Untergrund-Korrespondenten im Land zugreifen konnte, und eine handvoll burmesischer Blogger, die entweder direkt aus dem Land berichteten oder per Handy, eMail, SMS erhaltene Nachrichten und Bilder wiedergaben.

Der wohl einflussreichste dieser Blogger war der in London lebende Exil-Burmese *Ko Htike*⁴², der beinahe rund um die Uhr Informationen sammelte und veröffentlichte. Er konnte dabei auf etwa zehn Informanten an verschiedenen Stellen des Landes zurückgreifen, die ihm Nachrichten zukommen ließen⁴³. Er berichtete bereits am 26. September von Steigerungen der Besucherzahlen um das zehnfache - immernoch weniger als 1000 Leute am Tag, aber genug, um als Nachrichtenquelle von der *BBC*⁴⁴ und *Spiegel Online*⁴⁵ zitiert zu werden.

Die Blogger stellten gerade in den ersten Tagen der Revolution die

beinahe einzige Nachrichtenquelle nach außen dar, ihre Berichte, Bilder und Videos wurden von vielen großen Nachrichtenportalen und Zeitungen zumindest als Quelle genutzt – häufig aber nicht einmal als solche genannt. Auch als Burma am 28. September die Internetverbindung im Land kappte und das Mobilfunknetz abschaltete⁴⁶, gelang es den Bloggern weiterhin, eine dominante Nachrichtenquelle darzustellen, obwohl sie von den meisten ihrer Informanten abgeschnitten waren, während sich die konventionellen Medien anderen Themen zuwandten. Persönliche Beziehungen erwiesen sich als wirkungsvoller denn journalistische Erfahrung und Mittel.

REAKTIONEN DER DEUTSCHSPRACHIGEN BLOGOSPHÄRE

In der deutschsprachigen Blogosphäre zeigten sich zwei nacheinander ablaufende Reaktionsmuster. Wahrgenommen wurde das Thema erst mit Beginn der Berichterstattung in den konventionellen Medien am 26. September. Zu diesem Zeitpunkt begannen Blogger vor allem, Blogs aus und über Burma als Nachrichtenquellen zusammen zu tragen⁴⁷. In der Folgezeit etablierte sich dabei das politische Blog des „Spiegelfechters“ *Jens Berger* mit einem Ticker⁴⁸ als wichtigste deutschsprachige Anlaufstelle zum Thema innerhalb der Blogosphäre.

Bereits bald darauf entwickelte sich analog dazu die Idee einer gemeinsamen Blogaktion⁴⁹, angestoßen durch einen der bekanntesten Blogger Deutschlands, *Robert Basic*, und inspiriert durch ein in Italien propagiertes Projekt⁵⁰.

Das Projekt *Free Burma*⁵¹ wurde ab dem 28. September auf dem *Basic Thinking Blog* und dem einen Tag später aufgesetzten Aktionswiki⁵² entwickelt und geplant – unter Mitwirkung dutzender Beteiligter. Die Aktion umfasste eine in acht Sprachen übersetzte Seite mit Unterschriftenliste⁵³ und eine gemeinsame, internationale Blogaktion am 04. Oktober. An diesem Tag sollten Blogger auf der ganzen Welt in Solidarität mit Burma als einzigen Artikel ein Bild mit Link zur Aktionsseite und optional einen Text zur Lage in Burma

posten. Zur Motivation heißt es in dem von mir verfassten Aufruf:

„Blog- und Website Betreiber aus aller Welt bereiten einen Aktionstag zur Unterstützung der friedlichen Revolution in Burma vor. Wir wollen ein Zeichen für den Frieden setzen und den Menschen, die ihr grausames Regime ohne Waffen bekämpfen, unsere Sympathie bekunden. Diese Blogger haben vor, am 4. Oktober 2007 ihre normalen Blog-Aktivitäten einzustellen, um nur einen einzigen Artikel zu veröffentlichen: Ein rotes Banner mit dem Text „Free Burma!“.“

Auch wenn die Lage in Burma sich zum Zeitpunkt der Aktion bereits deutlich beruhigt, also verschlechtert hatte, war die Aktion ein Erfolg. Neben 14.000 Unterschriften aus 146 Ländern⁵⁴, die zusammenkamen, beteiligten sich tausende Blogger und Webmaster an der Aktion – die genaue Zahl ist nicht festzustellen, doch allein die Anzahl der Blogeinträge zum Thema „Free Burma“ liegt bei über 14.000⁵⁵. Dazu kommt ein internationales Medienecho, dass die großen Tageszeitungen der meisten europäischen Staaten mit einschließt⁵⁶. Damit war diese Aktion die wohl erfolgreichste Blogaktion im deutschsprachigen Raum überhaupt und auch international bedeutsam.

Dennoch verflachte das Interesse nach dieser Aktion – und der einkehrenden relativen Ruhe in Burma – recht schnell. Nur noch vereinzelt wird über das Thema berichtet, unter anderem durch die Blog4Burma Coalition⁵⁷.

AUSWIRKUNGEN DER BERICHTERSTATTUNG

Welche Auswirkungen die gegenüber 1988 erhöhte Berichterstattung und welche die Beteiligung der Blogs auf die Revolution in Burma hatte, lässt sich nur vermuten. Beide Aufstände scheiterten – doch 1988 starben mehr als 3000 Menschen⁵⁸, 2007 waren es wenige Dutzend. Es mag an der Aufmerksamkeit der Weltöffentlichkeit gelegen haben, dass die Aufständischen zwar niedergeschlagen, aber nicht ermordet wurden. Und wenn dies so ist, dann ist

das sicher auch ein Verdienst der Blogger.

UNTERSCHIEDE IN DER BERICHTERSTATTUNG VON BLOGGERN UND PRESSE

Die Berichterstattung von Bloggern und Presse unterscheidet sich in mehreren Bereichen eindeutig. Auffällig ist vor allem, dass die Presse und ihre Onlineausgaben das Thema vor allem berichtend behandelte und sich mit dem Rückgang der Informationsflut sehr schnell wieder anderen Themen zuwandte; die Blogger dagegen subjektiver über das Thema schrieben (es gab im Grunde nur eine nennenswerte deutsche Nachrichtenquelle unter den Blogs) und deutlich stärker zu Aktionismus tendierten. Dies verlängerte auch die Halbwertszeit des Themas um einige Tage, die Langzeitwirkung dürfte bedeutend höher sein.

Klassische Medien sind auf one-to-many-Kommunikation ausgelegt; ein Sender verteilt Informationen an viele Rezipienten. Das bedeutet aktuell eine größere Reichweite, aber auch ein Fehlen an Einbindung des Lesers. Da in der Blogosphäre klassischerweise jeder sowohl Autor als auch Rezipient ist, handelt es sich dort um many-to-many-Kommunikation. Der Vernetzungsfaktor der Blogger wirkt sich korrektiv-ergänzend auf die Berichterstattung aus – und ermöglicht den genannten Aktionismus.

AUFGABEN DER MEDIEN: GATEKEEPER UND KORREKTIV?

Eine in Bezug auf sogenannte „Qualitäts-“, also konventionelle, Medien häufig verwendete Formulierung ist die des „Gatekeepers“, der den Nachrichtenstrom überwacht und eine qualitative Auslese betreibt, also werterhaltend wirkt.

Blogger dagegen werden in ihrer Wirkung – auch aufgrund prominenter Beispiele wie dem BILDblog – häufig als korrektiv beschrieben. Sie werden also

als bestenfalls ergänzend zu den konventionellen Medien gesehen. Gleichzeitig verbreiten sie nach dieser Definition vor allem Informationen aus den klassischen Medien weiter.

Während der Revolution in Burma waren diese Mechanismen teilweise ausgeschaltet. Zwar erwachte das Interesse der Blogosphäre erst nach der Berichterstattung durch konventionelle Medien – vor allem bedingt durch den geringen Vernetzungsgrad der Blogger aus internationaler Ebene, der eine frühere Information verhinderte – doch drehte sich danach das Verhältnis. Da die konventionellen Medien auf Berichte aus offen zugänglichen Quellen angewiesen waren, hatten sie keinen technischen Vorteil gegenüber den Bloggern, welche die selben Blogs und Berichte nutzen konnten.

Dennoch erreichten die klassischen Medien natürlich mehr Rezipienten – wird das auch in Zukunft so sein?

EIN NEUES VERHÄLTNIS

Offlinemedien wie die Presse sind für schnelle Information nicht geeignet – im Vergleich zu einem Blog benötigen sie weitaus mehr Zeit bis zur Veröffentlichung eines Berichtes. Also kann reine Nachrichten-Aggregation, wie sie besonders von Lokalzeitungen betrieben wird, für sie keine Zukunft bedeuten.

Auch in der fachlichen Berichterstattung und Analyse sind Blogs konventionellen Medien häufig überlegen, da Themen nicht aus journalistischer Sicht, also mit dem Ziel, sich bestmöglich zu verkaufen, sondern aus fachlicher Sicht bearbeitet werden.

Dennoch werden klassische Medien nicht verschwinden, sie werden sich jedoch wandeln müssen, um gegen neue, schnelle Medien wie Blogs bestehen zu können. Auf der einen Seite wird die Nachrichten-Aggregation vollständig in den Onlinebereich und dort auf spezialisierte Portale abwandern – in einer Form, wie sie heute schon die Presseagenturen für die Presse darstellen, jedoch

frei zugänglich.

Die Presse wird somit vor allem eine qualitative Steigerung vollziehen müssen, um sich behaupten zu können: Nicht mehr Informationen, sondern Meinungen sind gefragt – Analyse und Bewertung der Information, Feuilleton und Geschichten auf hohem Niveau sind hier bedeutsam.

DIE ROLLE DER BLOGS

Man muss vorerst unterscheiden zwischen professionell oder semi-professionell und privat geführten Blogs; letztere werden nicht für ein Publikum geschrieben und fallen somit aus dem Vergleich heraus.

Professionell (was nicht heißen muss, dass sie kommerziell sind) ausgelegte Blogs haben gegenüber Printmedien vor allem den Vorteil der Geschwindigkeit – die Berichterstattung ist unabhängig von Erscheinungsdaten und kann direkt mit der aktuellen Entwicklung mitgehen – und der Vernetzung.

Vernetzung bedeutet vor allem zwei Dinge. Zum einen die Möglichkeit für den Rezipienten, Quellen und Empfehlungen direkt erreichen zu können, sich also mit den Hintergründen des Themas auseinanderzusetzen, es zu vertiefen und zu verifizieren.

Zum anderen den korrektiv-ergänzenden Faktor durch Kommentare, welche die Wahrscheinlichkeit einer Fehlberichterstattung deutlich senken und zudem eine tiefergehende Diskussion des Themas erlauben.

Das Medium wird in Blogs also aus seinem informativen Charakter herausgehoben und auf die höhere Ebene der Auseinandersetzung transformiert. Nicht mehr Eindeutigkeit wie in der Presse, sondern die Möglichkeit zur Kontroverse regiert. Denn der Rezipient tritt aus seiner Rolle heraus und wird selbst zum Sender, kann über Kommentare oder ein eigenes Blog mitwirken, statt auf sich einwirken zu lassen. Auf diese Weise sind Blogs sicher nicht übersichtlich oder zur schnellen Information geeignet, denn sie verlangen dem Leser mehr ab als nur zu konsumieren.

Gutenbergs Buchdruck ermöglichte allen Menschen, Informationen zu erlangen. Blogs ermöglichen ihnen, Informationen zu verbreiten.

Blogs sind ein großer Schritt für die Meinungsfreiheit, denn sie erlauben nicht nur, eine Meinung zu haben, sie fordern nicht nur, eine Meinung zu haben – sie ermöglichen auch, seine Meinung zu verbreiten. Der Leser tritt heraus aus der Passivität der Rezeption und tritt ein in das mündige Verhalten der aktiven Auseinandersetzung. Blogs fordern einen wachen Geist, aber sie fördern ihn auch – Unmündigkeit ist selbst gewählt, doch nie machte es ein Medium so leicht, ihr zu entfliehen.

NACHWORT

Während der Entstehung dieser Jahresarbeit hat sich viel ereignet. In der Blogosphäre – und für mich ganz persönlich. Einige dieser Ereignisse sind mir besonders wichtig, weil sie deutlich zeigen, dass Bloggen für mich, obwohl ich es im Zuge der Arbeit an diesem Werk begonnen habe, mehr als nur eine Schulaufgabe ist.

Als ich am 12. Februar 2007 meinen ersten Blogeintrag verfasst habe¹, ahnte ich noch nichts davon. Doch seitdem hat sich meine Wahrnehmung ebenso verändert wie meine Art zu schreiben.

Begonnen habe ich mit kurzen, häufig sehr kurzen Einträgen, kaum mehr als Gedankenschnipsel, wenig überdacht und kaum einmal geplant. Heute schreibe ich nicht mehr fünf Texte pro Tag, dafür längere, tiefer gehende Analysen und Berichte. Schreibe nicht mehr über Musik oder Skurrilitäten, sondern über Politik und Gesellschaft. Vor allem aber bin ich zum Blogger geworden.

BLOGGEN: EIN GEFÜHL

Malte Welding schrieb einmal über das Gefühl, jede Begebenheit auf ihre Blogbarkeit zu prüfen². Im Kopf – oder auch auf einem Zettel – Notizen zu allem und jedem zu machen, es auf Verwertbarkeit zu überprüfen.

Ich hatte auch einmal eine solche Phase, in der ich am liebsten alles bloggen wollte. Dass das heute nicht mehr so ist, hat mit einem Gesinnungswandel zu tun: Nicht mehr der Selbstzweck, sondern die Wirkung eines Artikels ist mir wichtig geworden. Ist es da verwunderlich, dass ich immer analytischer schreibe?

Bloggen heißt, eine andere Wahrnehmung zu entwickeln. Nicht unbedingt, immer an die Blogbarkeit eines Themas zu denken – aber man steht den Medien beinahe zwangsläufig kritischer gegenüber. Und auch dem, was in

den Medien wiedergegeben wird. Bloggen hat mich zu meiner politischen Mitwirkung im *Arbeitskreis Vorratsdatenspeicherung*³ geführt, weil ich politische Berichterstattung abseits konventioneller Medien kennenlernte. Es hat aber auch meinen Stil, meine Art zu schreiben verändert – weil ich die Nötigkeiten erfolgreicher Außenwirkung kennenlernte, ein Feld bekam, auf dem ich proben und ein Ziel, auf das ich hin arbeiten konnte.

PROJEKTE

Ich habe in der Zeit seit dem Februar 2007 einige Blogprojekte gestartet oder nennenswert mitgestaltet. Ich möchte sie und meine Erfahrungen mit ihnen hier vorstellen.

SIMONCOLUMBUS.DE⁴ Mein eigenes Blog, unter dem ich anfangs Beiträge über Musik, Internetgeschehen, Skurrilitäten und hin und wieder auch Politik geschrieben habe. In diese letzte Richtung hat es sich schließlich auch entwickelt: Jeder dritte Artikel fällt in diese Kategorie. Mehr Informationen dazu finden sich auch in dem auf CD-ROM beigelegten *Bloglog*.

SIMONCOLUMBUS.COM⁵ Der Versuch, ein persönliches Blog auf Englisch zu veröffentlichen. Es existiert zwar noch, allerdings schreibe ich nur sehr wenig dort, was vor allem mit der Entwicklung meines Fokusses in Richtung Politik und hier besonders deutscher Politik zu tun hat, Themen, die auf Englisch zu präsentieren mir schwerfällt.

FREE BURMA!⁶ Die *Free Burma Campaign* war eine internationale Blog-Aktion am 04. Oktober 2007 mit dem Ziel, auf die gewaltsame Unterdrückung der Revolution in Burma hinzuweisen. Innerhalb von nur zehn Tagen wurde diese Projekt hauptsächlich von deutschsprachigen und italienischen Bloggern auf die Beine gestellt. Als einer der Ersten⁷ beteiligte ich mich an der Planung und Verbreitung des Projektes. Unter anderem formulierte ich die englische Erklärung⁸ zur *Free Burma Campaign*, die in sieben weitere Sprachen übersetzt

weit über 1.000 mal im Internet veröffentlicht wurde und gab ein Interview für die Radiosendung *Trackback*⁹. Die *Free Burma Campaign* erreichte über 14.000 Unterschriften aus 146 Ländern¹⁰, mehr als 8.000 Blogs beteiligten sich an der Aktion¹¹.

BLOGGER FOR FREEDOM¹² Ein Blogprojekt, an dessen Gründung ich beteiligt war und das ich größtenteils führe. Zielsetzung ist es, Blogaktionen, die sich wie Free Burma! für Freiheit und Menschenrechte einsetzen zu starten, beobachten und fördern. *Blogger for Freedom* besteht aus deutlich sachlicheren Artikeln als mein eigenes Blog und orientiert sich an Projekten wie *Mideast Youth*¹³ und dem *Committee to Protect Bloggers*¹⁴. Das Blog ist vollständig auf Deutsch und Englisch¹⁵ verfügbar und damit mein erstes echtes bilinguales Projekt.

BLOG4BURMA¹⁶ Ein gemeinschaftliches dezentrales Blogprojekt mit dem Ziel, die Lage in Burma im Fokus der Blogosphäre zu halten. Beiträge der Teilnehmer werden auf deren eigenen Blogs veröffentlicht und lediglich durch einen gemeinsamen Feed aggregiert. Die Mitglieder kommen aus vier Ländern und schreiben in drei Sprachen, eine gemeinsame öffentliche Vertretung außer einer kleinen Anzeigenseite gibt es nicht.

EINE WICHTIGE ERFAHRUNG

Bloggen bedeutet für mich die Möglichkeit, mit der Welt zu kommunizieren – und ich verbinde damit vor allem das Gefühl des Schaffens. Bloggen ist ein andauernder Entstehungsprozess, eine stetige Evolution der eigenen Wahrnehmung.

Ich habe mich sicher im Verlauf des letzten dreiviertel Jahres verändert – auch durch das Bloggen. Einiges davon schlägt sich in meinem Stil wieder, mit dem ich nun eben dieses Bloggen weiterführe. Denn zu Ende ist es noch lange nicht – ich stehe erst am Anfang einer Reise.

In dieser Zeit ist mir auch klar geworden, dass ich mein Leben lang und für mein Leben schreiben möchte. Als jemand, der nie einen wirklichen

Traumberuf – nur Symbole für Träume – hatte, ist das ein großer Gewinn.

Ich habe sicher viel gelernt durch das Bloggen – Wissen nicht nur darüber selbst, sondern auch über viele angrenzende Themen, aber eben auch meine analytischen Fähigkeiten geschult, meinen Stil verbessert. Wichtiger als das ist mir aber die neu gewonnene geistige Klarheit, die Erkenntnis, welchen Gewinn pures Schaffen bedeutet.

Darum ist auch der Ausblick aus dieser Jahresarbeit deutlich: Ich werde weiter bloggen – hoffentlich für mindestens die „50 Jahre“, die sich Robert Basic noch vorgenommen hat. Bloggen ist Kulturtechnik, Ausdrucksmöglichkeit und – wie ich hoffe – mein späterer Beruf.

DANKSAGUNG

Folgenden Menschen möchte ich für ihre Hilfe, Inspiration und Kritik während des entstehens dieser Jahresarbeit, aber auch im Prozess des Bloggens selbst danken.

Zuvorderst meinem Freund Christoph – denn ohne sein Vorbild wäre ich wahrscheinlich nie auf dieses Thema gekommen. Allen Kommentatoren meines Blogs genauso wie allen, deren Blogs ich selber verfolge – ganz besonders corax, sunny, CTC, Herrn S. und dem teacher, aber auch Johnny Haeusler, dessen Blog das erste von mir gelesene war und der den ersten Kommentar in meinem Blog hinterlassen hat.

Ebenso allen, mit denen ich im Rahmen der im Nachwort genannten Projekte zusammengearbeitet habe – genannt seien nimue, Cindy, Robert Basic, Esra'a Al Shafei und die Mitglieder der Blog4Burma Coalition, besonders czz und Rüdiger.

Für die Mithilfe an der Jahresarbeit danke ich den Autoren der von mir zitierten Quellen, die – teilweise unter großer Gefahr – Informationen zusammengetragen haben, auf denen meine Ausarbeitung aufbaut. Meinen Eltern als Lektoren, allen, die mir weitere Informationen haben zukommen lassen und ganz besonders meinem Betreuer, Michael Albe-Nolting.

Allen Genannten, Ungenannten und Vergessenen sei gesagt: Danke!

LIZENZ

Diese Jahresarbeit steht unter einer Lizenz von Creative Commons¹. Die Lizenz by-nc-nd² erlaubt eine Weitergabe und Vervielfältigung dieser Ausarbeitung unter folgenden Bedingungen:

- *Namensnennung*. Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen (wodurch aber nicht der Eindruck entstehen darf, Sie oder die Nutzung des Werkes durch Sie würden entlohnt).
- *Keine kommerzielle Nutzung*. Dieses Werk darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.
- *Keine Bearbeitung*. Dieses Werk darf nicht bearbeitet oder in anderer Weise verändert werden.

Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen die Lizenzbedingungen, unter welche dieses Werk fällt, mitteilen.

Jede der vorgenannten Bedingungen kann aufgehoben werden, sofern Sie die Einwilligung des Rechteinhabers dazu erhalten.

Diese Lizenz lässt die Urheberpersönlichkeitsrechte unberührt.

Genauerer regelt der Lizenzvertrag³.

ANLAGEN

FUSSNOTEN ZU „BLOGS?“

- 1 <http://www.basictalking.de/blog/2007/07/15/10-jahre-blogs/>
- 2 <http://de.wikipedia.org/wiki/Blog#Geschichte>
- 3 <http://www.robotwisdom.com/>
- 4 http://en.wikipedia.org/wiki/Jorn_Barger
- 5 <http://web.archive.org/web/19991013021124/http://peterme.com/index.html>
- 6 <http://www.technorati.com>
- 7 http://www.businessweek.com/the_thread/blogspotting/archives/2007/04/blogging_growth.html
- 8 <http://www.blogcensus.de>
- 9 <http://www.popkulturjunkie.de/wp/?p=3040>
- 10 <http://www.popkulturjunkie.de/wp/?p=2999>
- 11 <http://weblogumfrage.blogsome.com/2007/05/26/bereinigte-daten/>
- 12 <http://weblogumfrage.blogsome.com/2007/06/03/grafiken-benutzen/>

FUSSNOTEN ZU „BLOGGEN GEGEN DAS REGIME“

- 1 <http://www.julia-seeliger.de>
- 2 <http://www.netzpolitik.org>
- 3 <http://www.politicallyincorrect.de>
- 4 <http://blog.fefe.de>
- 5 <http://www.politblog.net>
- 6 <http://www.mein-partreibuch.com>
- 7 <http://www.loiclemeur.com/>
- 8 <http://www.france-blog.info/?p=221>
- 9 http://www.rsf.org/rubrique.php?id_rubrique=119
- 10 Palästina: Demokratisch gewählte Regierung, aber aktuell außer Kontrolle, Bürgerkrieg.
- 11 Libanon: Demokratisch gewählte Regierung, teilweise unter Kontrolle der Hisbollah.
- 12 Iran: Demokratisch gewählte Regierung, allerdings wurden Oppositionspolitiker vor der Wahl ausgeschlossen.
- 13 Irak: Demokratisch gewählte Regierung, Bürgerkrieg.
- 14 http://de.wikipedia.org/wiki/Bahrain#Politisches_System
- 15 <http://mahmood.tv/2007/06/16/tail-wagging-the-dog/>
- 16 http://de.wikipedia.org/wiki/Politisches_System_%C3%84gyptens
- 17 http://de.wikipedia.org/wiki/%C3%84gypten#Politisches_System
- 18 <http://mahmood.tv/tag/libel>
- 19 <http://mahmood.tv/>
- 20 <http://karam903.blogspot.com/>

- 21 <http://www.freekareem.org/>
- 22 Es sind verschiedene weitere Namensschreibungen im Umlauf, zurückzuführen auf die Transskription aus dem Arabischen.
- 23 <http://www.alazhar.org/>
- 24 http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/4366232.stm
- 25 http://en.wikipedia.org/wiki/2005_Alexandria_riot
- 26 http://karam903.blogspot.com/2005/10/blog-post_22.html
- 27 <http://ahmedsalib.wordpress.com/2006/03/20/egyptian-blogger-arrested-expelled-from-al-azhar-for-exposing-the-truth/> - u.a. komplette englischsprachige Übersetzung des Artikels.
- 28 siehe 27
- 29 <http://www.freekareem.org/2006/11/07/arresting-kareem-amer-for-his-secular-views-is-a-human-rights-violation/>
- 30 <http://www.freekareem.org/2007/07/15/mohamed-fadel-fahmys-extensive-15-page-report-on-kareem-amer/>
- 31 http://en.wikipedia.org/wiki/Abdel_Kareem_Nabil#Expulsion_from_al-Azhar
- 32 http://www.rsf.org/article.php?id_article=19654
- 33 http://en.wikipedia.org/wiki/Abdel_Kareem_Nabil#Charges
- 34 http://en.wikipedia.org/wiki/Abdel_Kareem_Nabil#Trial
- 35 <http://www.mideastyouth.com/>
- 36 <http://www.freekareem.org/2006/11/06/when-the-brave-go-punished/>
- 37 <http://www.freekareem.org>
- 38 <http://www.freekareem.org/category/worldwide-rallies/>
- 39 <http://www.freekareem.org/category/press/>
- 40 <http://www.ikhwanweb.com/>
- 41 <http://de.wikipedia.org/wiki/Muslimbruderschaft>
- 42 http://de.wikipedia.org/wiki/Muslimbruderschaft#Geschichte_der_Ägyptischen_Muslimbruderschaft
- 43 <http://www.freekareem.org/2007/07/14/did-kareem-amer-divide-the-egyptian-blogsphere/>
- 44 <http://www.globalvoicesonline.org/>
- 45 <http://www.globalvoicesonline.org/2007/03/22/part-one-inside-the-school-of-the-egyptian-blogsphere/>
- 46 <http://mahmood.tv/>
- 47 http://en.wikipedia.org/wiki/Mahmood_Al-Yousif
- 48 <http://www.hoder.com/weblog>
- 49 Alavi, Nasrin: „Wir sind der Iran“,
- 50 <http://mahmood.tv/2006/11/23/blonde-moments-in-the-bahraini-elections/>
- 51 <http://mahmood.tv/2006/12/22/first-ministerial-lapse-of-reason-of-the-season/>
(Originalartikel nicht mehr verfügbar)
- 52 der Begriff „libel“ deckt im Englischen beide Punkte ohne Unterscheidung ab.
- 53 <http://mahmood.tv/2007/02/07/interrogated/>
- 54 <http://mahmood.tv/2007/02/08/out-on-bail/>
- 55 <http://mahmood.tv/2007/02/13/libel-case-going-ahead/>
- 56 <http://mahmood.tv/2007/04/12/libel-case-to-be-heard-in-the-high-criminal-court/>
- 57 <http://mahmood.tv/2007/04/17/case-deferred/>
- 58 <http://mahmood.tv/2007/05/08/its-over-2/>
- 59 <http://www.spiegel.de/international/world/0,1518,476644-2,00.html>

- 60 <http://www.jpost.com/servlet/Satellite?cid=1176152837968&pagename=JPost/JParticle/ShowFull>
61 siehe 57
62 <http://mahmood.tv/2007/04/16/at-the-high-court-at-930-for-1000/>
63 <http://mahmood.tv/2007/04/16/thoughts-on-tomorrow/>
64 siehe 54

FUSSNOTEN ZU „DIE KOMMERZIALISIERUNG DER BLOGOSPHÄRE“

- 1 <http://rebellmarkt.blogger.de/>
- 2 <http://riesenmaschine.de/>
- 3 <http://www.zentrale-intelligenz-agentur.de/>
- 4 <http://www.spreeblick.de>
- 5 <http://www.basichthinking.de/blog>
- 6 <http://www.stefan-niggemeier.de/blog>
- 7 <http://www.basichthinking.de/blog/2007/07/11/umfrageauswertung-werbung-im-rss-feed/>
- 8 <http://de.wikipedia.org/wiki/PageRank>
- 9 <http://www.google.de>
- 10 <http://www.basichthinking.de/blog/2007/01/15/werbeeinnahmen-aus-blogs-charts/>
- 11 <http://www.google.com/adsense>
- 12 <http://www.basichthinking.de/blog/2007/09/12/werbekonzept-basic-thinking/>
- 13 <http://adical.de/>
- 14 <http://adical.de/netzwerk/>
- 15 <http://www.spreeblick.com/2007/06/19/futterungszeit/>
- 16 <http://www.nuffnang.com/>
- 17 <http://www.basichthinking.de/blog/2007/05/25/tla-vs-linklift-vs-google-adsense/>
- 18 <http://www.basichthinking.de/blog/2007/01/03/eure-blogeinnahmen/>
- 19 <http://www.amazon.de>
- 20 <http://www.trigami.com>
- 21 <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,477365,00.html>

FUSSNOTEN ZU „BLOGS UND KONVENTIONELLE MEDIEN“

- 1 <http://www.jensscholz.com/2006/01/jean-remy-von-matt-ist-beleidigt.htm>
- 2 <http://blog.handelsblatt.de/indiskretion/>
- 3 <http://www.handelsblatt.com>
- 4 <http://www.newsaktuell.de/de/mediastudie/012007/mediastudie.htx>
- 5 <http://www.newsaktuell.de/de/mediastudie/012007/mediastudie4.htx>
- 6 <http://www.basichthinking.de/blog/2007/09/13/einnordung-der-deutschen-blogsphaere/>
- 7 <http://www.deutscheblogcharts.de>
- 8 <http://www.bildblog.de>
- 9 <http://stefan-niggemeier.de/>

- 10 <http://www.newsaktuell.de/de/mediastudie/012007/mediastudie6.htx>
- 11 <http://www.newsaktuell.de/de/mediastudie/012007/mediastudie8.htx>
- 12 <http://de.wikipedia.org/wiki/Impressumspflicht>
- 13 <http://de.wikipedia.org/wiki/Telemediengesetz>
- 14 <http://www.deutscheblogcharts.de/dbc071205.html>
- 15 <http://www.internet4jurists.at/news/aktuell65a.htm>
- 16 <http://www.kochtopf.twoday.net>
- 17 <http://www.blogbar.de/>
- 18 <http://don.antville.org>
- 19 <http://www.medienrauschen.de/>
- 20 <http://spiegelkritik.de/>
- 21 <http://www.lyssas-lounge.de/>
- 22 <http://www.taz.de/index.php?id=archiv&dig=2007/03/13/a0109>
- 23 <http://english.dvb.no/news.php?id=339>
- 24 <http://english.dvb.no/news.php?id=356>
- 25 <http://english.dvb.no/news.php?id=410>
- 26 <http://english.dvb.no/news.php?id=413>
- 27 <http://english.dvb.no/news.php?id=417>
- 28 http://www.dailytimes.com.pk/default.asp?page=2007%5C09%5C12%5Cstory_12-9-2007_pg4_15
- 29 <http://english.dvb.no/news.php?id=443>
- 30 <http://english.dvb.no/news.php?id=457>
- 31 <http://www.mizzima.com/MizzimaNews/News/2007/Sep/Demon-24-Sep-%202007.html>
- 32 <http://www.spiegel.de/politik/ausland/o.1518.507997.00.html>
- 33 <http://dathana.blogspot.com/2007/09/26-september-2007.html>
- 34 <http://www.spiegel.de/politik/ausland/o.1518.507997.00.html>
- 35 <http://www.guardian.co.uk/worldlatest/story/o.,-6954268,00.html>
- 36 <http://www.mizzima.com/MizzimaNews/News/2007/Sep/Demon-28-Sep-%202007.html>
- 37 <http://ko-htike.blogspot.com/2007/09/3000-join-burma-protest-in-london-30.html>
- 38 <http://www.mizzima.com/MizzimaNews/News/2007/Sep/Demon-30-Sep-%202007.html>
- 39 http://de.wikipedia.org/wiki/Demonstrationen_in_Myanmar_2007
- 40 <http://ko-htike.blogspot.com/2007/11/i-feel-really-sorry-for-those-soldiers.html>
- 41 <http://www.dvb.no>
- 42 <http://ko-htike.blogspot.com>
- 43 <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/7012984.stm>
- 44 <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/7016238.stm>
- 45 <http://www.spiegel.de/politik/ausland/o.1518.508340.00.html>
- 46 <http://www.spiegel.de/politik/ausland/o.1518.508395.00.html>
- 47 <http://www.startupblogger.de/?p=88>
- 48 <http://www.spiegelfechter.com/wordpress/215/aktuelle-entwicklungen-in-myanmar-ticker>
- 49 <http://www.basichinking.de/blog/2007/09/28/burma-einen-tag-lang-blogschweigen-mittwoch/>
- 50 <http://www.dariosalvelli.com/2007/09/appello-per-la-birmania-stop-blogging-for-birmania>
- 51 <http://www.free-burma.org>
- 52 http://freeburma.stots.de/doku.php?id=official_wiki
- 53 <http://free-burma.org/subscribers.php>
- 54 <http://bloggingtom.ch/archives/2007/10/05/statistik-zur-free-burma-unterschriftenliste/>

- 55 <http://www.wissenswerkstatt.net/2007/10/16/wir-sind-viele-oder-die-blogosphaere-gibt-es-nicht-werkstattnotiz-xvi/>
- 56 <http://free-burma.org/media.php>
- 57 <http://www.blogger-for-freedom.org/site/blog4burma.htm>
- 58 http://de.wikipedia.org/wiki/8888_Uprising

FUSSNOTEN ZUM NACHWORT

- 1 <http://www.simoncolumbus.de/?p=4>
- 2 <http://www.spreeblick.com/2007/06/28/30-ich-muss-das-bloggen/>
- 3 <http://www.vorratsdatenspeicherung.de>
- 4 <http://www.simoncolumbus.de/>
- 5 <http://www.simoncolumbus.com/>
- 6 <http://www.free-burma.org/>
- 7 <http://blog.metaroll.de/2007/10/05/mobilisierungsmuster-in-der-blogosphaere-ii/>
- 8 <http://www2.free-burma.org/index.php>
- 9 <http://spreeblick.com/trackback/2007/09/29/protokoll-vom-29-september-2007/>
- 10 <http://bloggingtom.ch/archives/2007/10/05/statistik-zur-free-burma-unterschriftenliste/>
- 11 <http://s.technorati.com/free-burma.org>
- 12 <http://blogger-for-freedom.org/>
- 13 <http://www.mideastyouth.com/>
- 14 <http://www.committeetoprotectbloggers.org/>
- 15 <http://blogger-for-freedom.org/en/>
- 16 <http://www.blogger-for-freedom.org/site/blog4burma.htm>

FUSSNOTEN ZUR LIZENZ

- 1 <http://creativecommons.org/>
- 2 <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/de/>
- 3 <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/de/legalcode>

VERSICHERUNG

Hiermit versichere ich, dass diese Jahresarbeit eigenständig und nur unter Zuhilfenahme der genannten Quellen entstanden ist. Dennoch weise ich darauf hin, dass eine vollständige Angabe aller von mir zur Recherche herangezogenen Materialien nicht möglich ist und daher unterlassen wurde. Genannt sind daher lediglich solche Werke, deren Angaben direkt in den Text eingeflossen sind.

Siegen, den _____