

Ins Netz gegangen:

Blog dir einen!

Die neue öffentliche Nichtöffentlichkeit

Die Daten scheinen für sich zu sprechen: 2005 ging die Marktforschungsagentur Perseus davon aus, dass 50 Millionen Blogs ins Netz gestellt wurden und dass jährlich 15 Millionen neue hinzukommen. Da die meisten Menschen bequem sind und auch keine Computergenies, ist ein Großteil der weltweit geschalteten Blogs über die großen Blogdienste zugänglich: „BlogSpot“, „Xanga“, „LiveJournal“ oder „MSN Spaces“. 9 % aller US-amerikanischen Internetnutzer gaben damals an, einen Blog zu unterhalten, 25 %, dass sie regelmäßig Blogs lesen. Auf die Gesamtbevölkerung der USA übertragen, würde das bedeuten, dass vor zwei Jahren 16 % der Bevölkerung Blogs nutzten und 6 % einen eigenen ins Netz gestellt hatten.

Das klingt beachtlich. Schaut man jedoch genauer hin, ist alles nur noch halb so spektakulär. Die weitaus meisten Blogs werden selten oder gar nicht aktualisiert. Exakte Zahlen gibt es keine. Schätzungen gehen aber davon aus, dass zwei Drittel aller Blogs mausetot sind. Hegel nannte so etwas die List der Vernunft: Wenn schon nicht die Einsicht siegt, dass man eigentlich nichts zu sagen hat, verhindert zumindest schöne Faulheit Schlimmeres.

„Xanga“ besteht seit 1996, „BlogSpot“ und „LiveJournal“ seit 1999. In der Zwischenzeit hat sich viel verändert – vor allem technisch. Wir verfügen über schnellere Rechner, über leistungsfähigere Grafikkarten, über Digitalkameras, Breitbandkabel und über Internetzugänge, die es ermöglichen, das ganze Spielzeug auch zu benutzen. Die Folge: Neben den klassischen Textblogs überfluten Foto-, vor allem aber Audio- und Videoblogs das Netz. Dass aufgrund der techni-

schen Möglichkeiten auch jugendschutzrelevante Inhalte ins Netz gestellt werden, liegt dabei im Wesen der Sache.

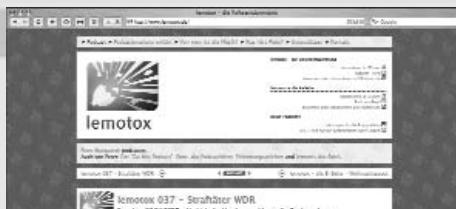
Doch beginnen wir zunächst einmal mit den erfreulichen Seiten der schönen neuen Blogwelt, mit Menschen, die die neue Technologie nutzen, um zu informieren, um auf Missstände aufmerksam zu machen, zu unterhalten oder um Kommunikation als einfachen Selbstzweck zu betreiben – die Grenzen sind dabei allemal fließend. Die populärsten Blogs dienen dabei dem Gegenteil freiwilliger Selbstkontrolle: „BILDblog“ etwa oder „Spiegelkritik“, sogenannte Watchblogs, mithin unfreiwillige Fremdkontrolle. Überhaupt: Die interessantesten und informativsten Blogs stammen nicht selten von Medienjournalisten – wie etwa von Stefan Niggemeier. Das beinhaltet



allerdings auch die Gefahr einer gewissen medialen Selbstreferenz: Berichte von Medienjournalisten über Medien, in denen Medienjournalisten sich mit Medien befassen, sind auf Dauer auch nicht wirklich interessant.

Texte muss man lesen – und lesen ist anstrengend. Deshalb sind Hörbücher so erfolgreich – und Audioblogs. Audioblogs sind regelmäßig erscheinende Radiosendungen, die von ihren Betreibern zu Hause am Schreibtisch erstellt werden. Einer der erfolgreichsten deutschen Audioblogs ist „Schlaflos in München“ (SiM). SiM wird von der Journalistin Larissa Vassilian unter dem Pseudonym Annik Rubens betrieben und bietet von der Buchrezension über die Plattenbesprechung bis zur Münchener Kneipenkritik so ziemlich alles. Nach Angaben der Autorin hören im Schnitt 10.000 Besucher die einzelnen Sendungen. Weitere bekannte Audioblogs sind etwa Peter Marquardt's „Lemotox“, „Blick über den Tellerand“ des Medienberaters Alexander Wunschel oder „Andrea W. wills wissen...“. Da dieser Erfolg und die damit zusammenhängenden Marketingmöglichkeiten auch der Wirtschaft nicht entgangen sind, gibt es zudem eine Reihe von Audioblogs, die von Unternehmen oder Verlagen betrieben werden. Ein Beispiel ist der „Elektrische Reporter“ des „Handelsblatts“, betrieben von dem Journalisten Mario Sixtus.





Inhaltlich bieten die meisten Blogs wenig Neues. Doch das ist auch gar nicht wichtig. Blogs sind ein Sieg der Form über den Inhalt. Es kommt nicht darauf an, was präsentiert wird, sondern wie. Blogs sind subjektiv, einseitig und polemisch. Blogs geht es nicht um ausgewogene Information, sondern um Idiosynkrasie als Prinzip: *Ich* präsentiere das Thema, das *mich* interessiert, so wie *ich* es sehe und so wie es *mir* Spaß macht. Wen das nicht interessiert und wem das keinen Spaß macht – bitteschön, Pech gehabt.



Das Kriterium von Blogs ist es nicht, wahr zu sein oder falsch, sondern witzig und originell statt langweilig und dröge. Blogs spitzen zu, vereinfachen und verkürzen. Genau hier liegt aber auch das Problem: Parteiisch und idiosynkratisch zu sein, reicht allein nicht aus. Man muss auch wissen, dass man es ist. Blogs sind ein ironisches Medium. Wer das nicht kapiert und seine Subjektivität mit Objektivität verwechselt – so etwas kommt vor –, wird Sektierer und Extremist. Blogs sind öffentliche Nichtöffentlichkeit. Das unterscheidet sie vom klassischen Massenmedium, das Öffentlichkeit herstellt, aber auch von der kleinen Sektiererzeitung, die gar keine Öffentlichkeit möchte. Damit werden Blogs zu wichtigen Institutionen einer offenen und demokratischen Gesellschaft, die sich selbst gegenüber ehrlich

sein will. Was früher im Verborgenen blühte, ist nun allen zugänglich. Allerdings ergeben sich hieraus auch Probleme für den Jugendmedienschutz, besonders mit Blick auf den politischen Extremismus und auf Pornographie.

Einen hübschen Einblick in die Gedankenwelt unserer, um das deutsche Volkstum besorgten Volksgenossen gewährt das „Nationale Netzstagebuch“, das mit der schönen Parole wirbt: „Wenn Lüge Wahrheit ist, wird Aufklärung zur Pflicht.“ Dort kann sich der völkisch gesonnene Leser über den Ausverkauf des deutschen Waldes informieren und über die Lügenpropaganda der Systemvertreter. Interessant sind auch die dortigen VBlogs, etwa mit dem rechtsradikalen Liedermacher Frank Rennicke. Diese werden von „Volksfront-Medien“, einer neonazistischen Hobbyfilmertruppe aus der Wetterau produziert und sind auch über YouTube-UK jedem Teenager zugänglich. Für diejenigen Volksgenossen, die des Lesens nur unter Mühen mächtig sind, bietet das „Radio Freiheit“, „der Sender für Selbstdenker“ wie er sich selbst nennt, einen Audioblog. Betrieben wird er von dem Dresdner NPD-Mann Waldemar Maier. Wo jedoch Schatten ist, ist Licht nicht weit: Patrick Gensing, Journalist für die ARD und das ZDF, betreibt den „NPD-Blog“, einen Watchblog, der umfassend Aktivitäten aus dem Umfeld der NPD dokumentiert. Aus der Perspektive des Jugendschutzes sind neben extremistischen Blogs vor allem Seiten mit pornographischem Inhalt interessant. Anders als in anderen Bereichen, verschwimmt hier allerdings die Grenze zwischen dem netten Nachbarn mit exhibitionistischen Neigungen und Profis. Eigen-

produktionen, die noch den Geist echten Bloggens atmen, findet der interessierte Nutzer daher vor allem über Plattformen, in denen Gleichgesinnte ihre Fundstücke aus dem Netz zusammentragen. Die bekannteste ist vermutlich „Fleshbot“, die auch schon einmal in der guten alten Tageszeitung „Die Welt“ als Teil einer „neuen Kultur der Pornographie“ und „Beitrag zum Projekt Aufklärung“ hochgejubelt und von der „New York Times“ zum „Sudelbuch der Intellektuellen“ gekürt wurde – wobei man das mit dem Sudeln gerade noch nachvollziehen kann. Ehrlicher sind dann schon Portale wie „Fleshbot“, die auf demselben Prinzip basieren, deren Schwerpunkt aber in guter alter Bloggertradition auf häuslichen Eigenproduktionen liegt, deren Dogma-Bildästhetik gerade auch „Lettre“-Leser und Arte-Seher ansprechen dürfte. Blogs sind Orte der Demokratie. Deshalb sind sie mitunter anstrengend, nervig oder obszön. Sie sind einseitig und unausgewogen, wo wir Objektivität und Ausgewogenheit erwarten. Und sie konfrontieren uns mit Wahrheiten über uns, die wir früher leicht ignorieren konnten: Sei es der politische Irrsinn, der aus verqualmten Hinterzimmern ins Netz drängt oder die sexuellen Vorlieben unseres Nachbarn. Und da Blogs mit den Mitteln eines Rechtsstaates nicht zu kontrollieren sind, stehen sie auch insofern für die oft beschworene „Zivilgesellschaft“ – mit allen Herausforderungen, die sich für den Jugendmedienschutz daraus ergeben.

Alexander Grau