

# bock.auf.blog

Was können **Internet-Blogs** und was können sie nicht? FLUGPLATZ-Autor/innen sind mit Profis auf Spurensuche gegangen – und berichten über ihre persönlichen Blogs. Warum? Darum: Unsere **neue FLUGPLATZ-Website** ist ab heute online.

## FLUGPLATZ

Die Startbahn für junge Leser



Ein Gesicht sagt mehr als tausend Worte: Autorin **Pia Ziefle** rezensiert per Selfie auf ihrem Tumblr-Blog „Frau Ziefle schaut sich Bücher an“.

Fenster zu fernen Welten



## Mehr als 140 Zeichen...

Was und warum **Pia Ziefle** zwischen zwei Romanen bloggt

**B**loggen, speziell aus **Südamerika**, ist nur für Regimegegner, Verschwörungstheoretiker oder Promis? Nein, es ist auch ein Medium, um Freunde, Verwandte und Unterstützer zu erreichen. Vor gut einem Jahr stellte ich mein erstes Blog online. Der Grund: Ich plante ein Freiwilliges Soziales Jahr in Peru und wollte möglichst viele Spender für mein Projekt gewinnen. Mit Erfolg: Einige Wochen später hatte sich ein breiter Spenderkreis aufgebaut. Um den Spendern zu zeigen, was sie mit ihrem Beitrag möglich gemacht haben, fütterte ich während meines Dienstes das Blog, das bis heute existiert. Weil ein Blog für jeden lesbar ist, steigt auch die Verantwortung des Bloggers: Wie kommen die Nachrichten, die ich hier in Peru schreibe, auf der anderen Seite der Welt an? Denn all zu schnell werden sonst neue Vorurteile gebildet – und gerade über diese versuche ich ja aufzuklären. **TONI MEY**

Mehr übers Bloggen aus Peru: [flugplatz.tagblatt.de](http://flugplatz.tagblatt.de)

**Auf der einen Seite ist sie die Schriftstellerin, die nostalgisch in Büchern blättert. Auf der anderen Seite betreibt sie ein Internet-Blog und ist daueronline bei Twitter: Die Mössingerin Pia Ziefle über den Spagat zwischen Print und Online.**

ANGELA WISTUBA

**Mössingen.** Angefangen hat alles mit Twitter – und der berühmt-berüchtigten Begrenzung des Kurznachrichtendienstes auf 140 Zeichen. „Manche Themen“, sagt die Schriftstellerin und Bloggerin Pia Ziefle, „sind aber einfach zu interessant, um sie auf 140 Zeichen runterzubrechen.“

Das war der Grund, weshalb Pia Ziefle irgendwann auf ein eigenes Blog auswich. „Ich hatte früher keine Ahnung vom Blog schreiben“, sagt sie. „Ich bin sozusagen wie die Jungfrau zum Kinde gekommen.“ Je länger sie für das Blog schreibe, desto höher würden ihre Ansprüche an den Text. „Habe ich für einen früher einen Tag gebraucht, so feile ich heute drei Tage daran.“

Seit nunmehr fünf Jahren betreibt die Autorin ihr Blog. Anfangs schrieb Pia Ziefle, Mutter von zwei Kindern, auch über alltägliche Phänomene. Doch die sogenannten „Mama- und Papa-Blogs“ waren bereits eine besetzte Nische: „Ich muss nicht den fünfzigsten Beitrag zum perfekten Schulranzen posten“, sagt sie. „So etwas mache ich höchstens noch auf Twitter.“

Heute beschäftigt sich Ziefles Blog mit Themen wie dem Büchermarkt,

dem Urheberrecht und tagesaktuellen Dingen wie dem NSA-Überwachungsskandal. „Es geht beim Bloggen nicht um einzelne Artikel, sondern um die Kontinuität“, sagt die Schriftstellerin. „Ich bekomme mittlerweile Anfragen, etwas zu schreiben – oder die sogenannte Cross-Postings durchzuführen.“

Für viele Autoren ist es durchaus erstrebenswert, Artikel in einer Zeitung oder einer Zeitschrift zu veröffentlichen. Pia Ziefle steht dem relativ pragmatisch gegenüber: „Natürlich fände ich es toll, wenn ich einen Artikel im FAZ-Fuilleton veröffentlichen könnte“, sagt sie, „andererseits läge die gedruckte Zeitungsausgabe schon am nächsten Tag bei den Lesern wieder im Papierkorb – ein Blog-Eintrag ist noch Jahre später erhalten und lesbar.“

Auch der journalistische und schriftstellerische Anspruch sei beim Bloggen ein anderer: „Die Blog-Texte haben nicht die Vollendetheit, die sie für eine Zeitung oder Zeitschrift bräuchten“, sagt Ziefle: „Aber sie sind immer gut recherchiert und belegt.“ Kernpunkt des Bloggens bestehe im Verfassen nicht nur von Informationen, sondern von Meinungen, Linkverweisungen und Kommentaren. Blogs haben mittlerweile eine eigene Debatte- und Kommentierkultur. Kurz gesagt: Ein Blog lebt von seinen Kommentaren.

Das macht sich Pia Ziefle als Buchautorin zu Nutze. Die digitale Welt ist zu einer Plattform gewor-

den, um Bücher zu vermarkten. Sie bietet aber auch ein Forum für Diskussionen und Rezensionen.

Am deutlichsten werde der Unterschied zwischen dem Feedback bei Lesungen und den Onlinebewertungen im Unterschied der Leser-Typen, berichtet Pia Ziefle: „Zu meinen Lesungen kommen überwiegend Frauen ab 40 Jahren“, sagt sie: „Meistens ist nur ein Mann dabei – und das ist dann entweder der Feuilletonjournalist oder der Chauffeur einer Dame.“ Im Netz dagegen seien es überwiegend Männer, die sich an Pia Ziefles Online-Rezensionsdebatte beteiligen. Bei einem „realen“ Lesekreis mag die Diskussion tiefer gehen

– doch im Internet findet durch die asynchrone Kommunikation eine Debatte in größerer Bandbreite statt, findet sie. Die bleibt zudem erhalten: Auch ein Jahr später können Leute, die auf das Buch gestoßen sind, online die Rezension lesen. Übrigens: Obwohl Pia Ziefle eine Freundin der Digitalisierung ist – privat hält sie es mit dem guten, alten, gebundenen Buch: „Ich habe es wirklich mit E-Books versucht“, sagt sie. „Aber man muss ständig darauf achten, dass der Akku geladen ist. Oder die Seiten vollständig runtergeladen sind.“

Ziefles Blog: [www.piaziefle.de](http://www.piaziefle.de)

[flugplatz.tagblatt.de](http://flugplatz.tagblatt.de)

Liebe fürs Schreiben



**Ü**ber Grenzen und Grenzübergänge, über Wüsten, Meere, Religionen, über den Nahost-Konflikt – über **Israel** gibt es viel zu berichten. Darum wurde ich für knapp ein Jahr zur Bloggerin. Ich wollte meine Erlebnisse festhalten und mit denjenigen teilen, die Interesse daran hatten. Außerdem hatte ich selbst zuvor Blogs von Freunden mit Interesse verfolgt. Die Verbreitung bekam ich über Facebook und via E-Mail hin. Bloggen ist kein Hexenwerk: Selbst ich (und meine Technikkennnisse sind überschaubar) kam zu recht. Anmelden, sich einen Überblick über das Menü verschaffen – und los geht es, natürlich aufgepeppt und veranschaulicht mit entsprechenden Bildern. Für mich war der Blog ein öffentliches Tagebuch – das allerdings durchaus Lücken aufwies. **RUTH JURASCHITZ**

Mehr übers Bloggen aus Israel: [flugplatz.tagblatt.de](http://flugplatz.tagblatt.de)



## Was ist ein Blog – und wenn ja, wie viele?

Die Tübinger Wissenschaftlerin **Johanna Roering** untersucht die Macht des Blogs, seine Kultur und seine Entwicklung

**Johanna Roering ist Medienwissenschaftlerin, Kulturwissenschaftlerin und Amerikanistin und arbeitet an der Uni Tübingen. Wir haben die Fachfrau für Neue Medien gefragt, was es mit diesem „Bloggen“ auf sich hat.**

KERSTIN STREY

**● Alles – oder fast alles – begann mit der „Lewinsky-Affäre“.**

Entstanden ist das Phänomen des Blogs **Anfang bis Mitte der neunziger Jahre** – groß geworden ist es dann aber erst Anfang dieses Jahrtausends. Damals gab es eine explosionsartige Verbreitung von Blogs zu verzeichnen. Den Erfolg verdankte es nicht zuletzt seiner Aufklärungsarbeit bei gewissen amerikanischen Skandalen: Die „Clinton-Lewinsky-Affäre“, einer der größten Politikskandale der US-Geschichte, erreichte am 17. Januar 1998 erstmals die Medien durch den „Drudge Report“: ein von drei Amerikanern betriebenes Nachrichten-Blog. Auch der Rücktritt des republikanischen Politikers und Senators Trent Lott 2007, der wegen einer rassistischen Rede heftig in die Kritik geriet, war weder das Verdienst der New York Times noch der Washington Post.

Es waren die vielen Nachrichtenblogs, die an die Öffentlichkeit brachten und diskutierten, was die großen Medien versäumt hatten.

**● „The Baghdad Blogger“: Was die Nachrichtenagenturen uns nicht vermitteln konnten.**

Während des zweiten Irak-Krieges berichtete ein Blogger unter dem Pseudonym „Salam Pax“ bis wenige Tage vor dem Zusammenbruch des Hussein-Regimes live aus Bagdad. In seinen tagebuchartigen und stark subjektiven Beiträgen sprach er von den Geschehnissen in der Stadt, den Bombenanschlägen in den Vororten, seiner Homosexualität, seinen Freunden, dem Verschwinden von Menschen unter dem Regime. Sein Blog mit dem Namen „Where is Read?“ wurde weltberühmt. Derartige Einblicke, die den Krieg auf die alltäglichen Erlebnisse der Menschen herunterbrachen, konnten die westlichen Standardmedien so nicht bieten. Nachdem sich Salam Abdulmunem als „Salam Pax“ zu erkennen gegeben hatte, veröffentlichte er ein Buch mit dem Titel „The Baghdad Blogger“.

**● Eine neue Kultur entsteht.**

Mit dem Blog entstand nicht nur eine neue Art von Medium: Man kann sagen, dass sich mit dem „Bloggen“ auch eine „Blogger-Kul-

tur“ entwickelte. Das Blog hob die die Vorzüge des Internets wie Unmittelbarkeit und allgemeine Zugänglichkeit optimal hervor. In vielen Fällen steht Blogging für **Kritik an den etablierten Medien**, den Vorwurf an sie, politisch und partei-



Johanna Roering

isch zu berichten. Informationen sollten von nun an vor allem „von unten“ und nicht mehr nur „von oben“ an die Öffentlichkeit gelangen. Gleichzeitig sind vor allem die Blogs an sich auch wieder hoch subjektiv. Und: Die Tübinger **Leserbrief-Kultur im TAGBLATT** erinnert Expertin Johanna Roering ein wenig an die Blogger-Kultur.

**● Was neu war: Das Blog vernetzte weltweit.**

Das Blog ist anders als etwa eine gewöhnliche Website interaktiv: Es ist kein reines Informationsmedium – die Kommentar-, „blogroll“- und „Trackback“-Funktionen geben ihm

Eigenschaften eines auf Dialog angelegten Kommunikationsmediums. Es ermöglichte vielen Menschen erstmals, sich nach (Spezial-)Interessen zu vereinen und Informationen auszutauschen. Schwangere teilten Erfahrungen, aus dem Irak zurückgekehrte Soldaten verarbeiteten Traumata, politische Aktivisten vernetzten sich, um ihr Wirken zu stärken. Gleichzeitig wurden Netzwerke geschaffen: Im „Blogroll“ verlinkten Blogger die Blogs von anderen Bloggern – welche wiederum auf andere Blogger hinweisen.

**● Blogging als Beruf?**

Es gibt zumindest einen Freak mit bemerkenswerter Frisur, der durch sein Blog so populär geworden ist, dass er ihm seine jetzigen Einkommensquellen zum Großteil verdankt: Diese Omnipräsenz heißt **Sascha Lobo**: Er ist einer der bekanntesten Blogger Deutschlands und sieht sich selbst als Kunstfigur des Internets. Neben dem Bloggen schreibt er Bücher und Kolumnen und befasst sich mit allem, was mit Internet, dessen Auswirkung auf die Gesellschaft, und Kommunikation zu tun hat. Es gibt noch weitere ähnliche Beispiele, wo ein Blog etwa die Grundlage eines vermarkteten Buches war, das dann gegebenenfalls auch noch verfilmt wurde. Die Betreiber sehr populärer Blogs können außerdem

durch Werbung etwas Geld verdienen, aber so weit muss man erstmal kommen. Dass jemand vom Blogging wirklich „lebt“, so Roering, dürfte die große Ausnahme sein.

**● 95 Prozent aller Blogs dienen der reinen Selbstdarstellung.**

Nachrichtenblogs und andere Blogs mit konkreten Themen und Zielen stellen im Netz die Minderheit dar. Die meisten Blogs dienen der reinen Selbstpräsentation, so Roering: Sie beinhalten Persönliches und Privates und haben im Durchschnitt nur 20 Leser. Die allermeisten von ihnen werden von Frauen betrieben.

**● Internet bedeutet Veränderung.** Im Internet entwickelt und verändert sich alles ständig. In gewisser

Weise ist der Blog auch von modernen Sozialen Netzwerken überholt: Man könnte sagen, er ist einer ihrer Vorfahren.

„Das Blog ist tot“ wäre allerdings eine falsche Behauptung. Was überholt ist, ist zum einen die Textlastigkeit des ursprünglichen Blogs, aber vor allem die Vorstellung: „Es gibt einen einzigen Ort im Internet, an dem ich mich darstelle.“ Aktive „Netzwerker“ haben heute sowohl ein Blog, als auch einen Facebook- und einen Twitter-Account. Tumblr und Mikroblogging-Plattformen stellen eine Art Mischung aus Blog und Sozialem Netzwerk dar: Sie behalten das ursprünglich kennzeichnende „Tagebuch-Format“ bei, aber nutzen tendenziell sehr kurze Posts und viele Medien – wie Bildern und Videos.

**Die Startbahn für alle jungen Leser, die Lust am Schreiben haben.**

<p><b>REDAKTION:</b> Eike Freese, Gabi Schweizer</p> <p><b>BORDTREFF:</b> Montags, 18 Uhr im Tagblatt – für alle jungen Leute zwischen 15 und 25.</p>	<p><b>TELEFON:</b> 0 74 73 / 9 50-7 18</p> <p><b>INTERNET:</b> <a href="http://flugplatz.tagblatt.de">flugplatz.tagblatt.de</a></p> <p><b>MAILS:</b> <a href="mailto:flugplatz@tagblatt.de">flugplatz@tagblatt.de</a></p>
---	---