

# „Generation Blogging“: Weblogs erobern das Internet

Ina Zumbruch

LFE Medieninformatik  
Ludwig-Maximilians-Universität München  
Amalienstraße 17, 80333 München, Germany  
zumbruch@cip.ifi.lmu.de

**Zusammenfassung** Seit einigen Jahren gibt es einen www-Trend mit Namen Blogging. Normale Bürger machen Teile ihres Lebens öffentlich oder verstehen sich als Journalisten, die neue Nachrichten entdecken und ihren Mitbürgern zur Verfügung stellen. Auch Unternehmen haben das Bloggen als neue Art der Unternehmenspräsentation entdeckt. Es stellt sich also die Frage, was das Bloggen so attraktiv macht? Die folgende Arbeit gibt einen Überblick über die Erfolgsgeschichte des Bloggings.

## 1 Einleitung

Wenn man Blog oder Weblog hört, dann denkt man – sofern einem der Begriff geläufig ist – wahrscheinlich als erstes entweder an eine Linksammlung oder an ein öffentliches Tagebuch im Internet. Die Tätigkeit, ein Blog zu aktualisieren, nennt man „blogging“ und jemand, der ein Blog betreibt und Artikel dafür verfasst, ist ein „Blogger“ [9]. Doch was genau macht eine Internetseite zu einem Blog oder Weblog? Gill [9] identifiziert sieben grundlegende Charakteristika:

1. *Formatierung*: In umgekehrter chronologischer Reihenfolge
2. *Aktualität*: Datumsvermerk zu jedem Eintrag
3. *Zuordnung*: Links zu Artikeln, Dokumenten und anderen Blogs, die mit dem aktuellen Artikel in Bezug stehen
4. *Zugriff auch auf alte Inhalte*: Einträge werden archiviert
5. *Blogrolling*: Verwandte Blogs werden verlinkt
6. *Leichte Syndikatsbildung*: RSS oder XML
7. *Stimme*: Leidenschaft etwas mitzuteilen

Diese Punkte werden in der vorliegenden Arbeit näher erläutert. Zuerst erfolgt ein kurzer Überblick über die noch junge Geschichte der Weblogs, anschließend werden die vielfältigen Gründe untersucht, die einen Internetnutzer zum Blogger werden lassen. Da technische Begriffe auch beim Bloggen eine Rolle spielen, werden die wichtigsten Begriffe in einem kleinen Blogging-ABC erläutert. Zum Abschluss erfolgt ein Ausblick, in welche Richtung sich das Bloggen entwickeln könnte.

## 2 Die Erfolgsgeschichte der Weblogs

Der Begriff Weblog wurde erstmals 1997 von Jorn Barger verwendet, der das Blog „Robot Wisdom“<sup>1</sup> betreibt [18]. Doch worin unterscheiden sich Blogs von „normalen“ Webseiten? Barger bezeichnete als Blogs Webseiten, die in umkehrter chronologischer Reihenfolge auf andere Webseiten verweisen, die der Weblogger interessant findet [18] [1]. Weitere Merkmale von Blogs: Sie werden regelmäßig modifiziert und die Leser können Kommentare zu den einzelnen Einträgen hinterlassen [1].

1997 war auch die Geburtsstunde von Slashdot<sup>2</sup>. Der College-Student Rob Malda aus den USA entwickelte das Portal aus freier Software, das sich anfangs kaum von anderen Weblogs unterschied. Er veröffentlicht darauf „Neuigkeiten für Nerds“, also Wissenswertes für Computerfreaks. Slashdot erfreut sich großer Beliebtheit und hat vier Millionen Besuche bzw. 80 Millionen Pageviews pro Monat (Stand Mai 2004) [18]. Ein typischer Slashdot-Artikel ist etwa einen Absatz lang und verweist auf andere interessante Webseiten (Abbildung 1). Zu jedem Artikel gehört auch ein Diskussionsforum, in dem sich jeder über den Artikel äußern kann. Ferner können Besucher von Slashdot eigene Artikel einsenden. Malda und seine Kollegen entscheiden dann, ob ein Artikel veröffentlicht wird. Seit August 2001 kann jeder auch ein eigenes persönliches Journal führen. Damit ist die Webseite zu einem Weblog-Hosting-Service geworden. [18]

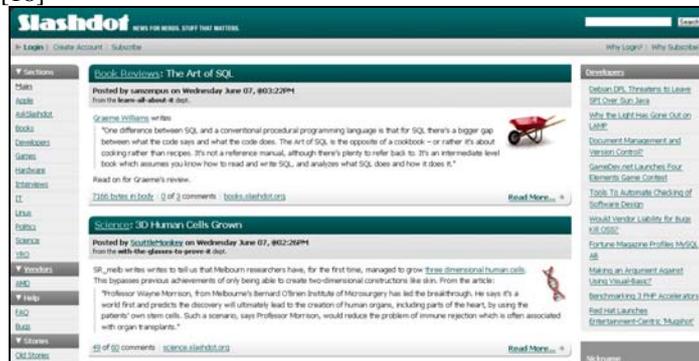


Abbildung 1: Das Slashdot-Blog bietet in kurzen Artikeln Neuigkeiten für Computerinteressierte.

Im April 1999 beschloss Peter Merholz den Begriff „Weblog“ als „Wee-Blog“ auszusprechen oder es in der Kurzform „Blog“ zu nennen. Er vermerkte diesen Gedankengang auf seiner Homepage und der Begriff hat sich seitdem durchgesetzt. [16]

Doch es gibt einen Streitpunkt darüber, wie genau Blogs auszusehen haben. Wie bereits oben beschrieben, waren es zunächst Linksammlungen, die mit Kommentaren versehen werden konnten. Doch im Laufe der Zeit veränderte sich die „Blogging-Welt“ (auch Blogosphäre genannt). Immer mehr Menschen nutzten ihr Blog als eine Art Online-Tagebuch [18] [1]. Diese Entwicklung wurde vor allem dadurch vorangetrieben, dass im Jahr 1999 verstärkt Blog-Hoster eine einfache Möglichkeit boten,

<sup>1</sup> [www.robotwisdom.com](http://www.robotwisdom.com)

<sup>2</sup> [www.slashdot.org](http://www.slashdot.org)

Texte im Internet zu veröffentlichen. „Von Hand“ gebastelte Seiten, auf dem eigenen Server oder gemietetem Webspaces, waren somit nicht mehr nötig. LiveJournal<sup>3</sup> (Abbildung 2), Slashdot (Abbildung 1) und Blogger.com<sup>4</sup> (Abbildung 3) sind die Pioniere dieser Szene [18] [1].



**Abbildung 2:** LiveJournal bietet jedem Internetnutzer die Möglichkeit sein eigenes Blog zu betreiben. Motto: „Teile dich vielen, wenigen oder einzelnen mit“.



**Abbildung 3:** Drei einfache Schritte zum Blogger.com-Blog: Anlegen, Namen vergeben, Vorlage auswählen.

Weltweit gibt es mittlerweile rund 200 Millionen Blogs (Stand: Februar 2006) [28]. Sieben Monate zuvor, im Juli 2005, waren es „nur“ 70 Millionen [29]. Daran sieht man, dass sich die Blogosphäre großer Beliebtheit erfreut. Ein Grund ist, dass in Blogs oft auf andere Blogs verlinkt wird [26] und die Blogger so von immer neuen Weblogs erfahren und auch angespornt sind ihrerseits eigene Blogs zu betreiben.

Die deutsche Blogosphäre umfasste Ende 2005 geschätzte 200.000 Weblogs [27]. Im Februar 2006 waren es schon rund 300.000 [26]. Auch hier ist ein starkes Wachstum zu verzeichnen. Von den gezählten Blogs ist jedoch eine nicht genau zu bestimm-

<sup>3</sup> [www.livejournal.com](http://www.livejournal.com)

<sup>4</sup> [www.blogger.com](http://www.blogger.com)

mende Anzahl inaktiv [1]. Sie wurden angelegt, um einen bestimmten Zweck zu erfüllen (z.B. Dokumentation eines Urlaubs) oder um das Bloggen einmal auszuprobieren und dann nicht wieder benutzt.

Die Vielfalt der Blogs ist groß. Deshalb im Folgenden ein Überblick über die verschiedenen Arten. In dieser Arbeit sollen die Begriffe Weblog und Blog als Synonyme verstanden werden.

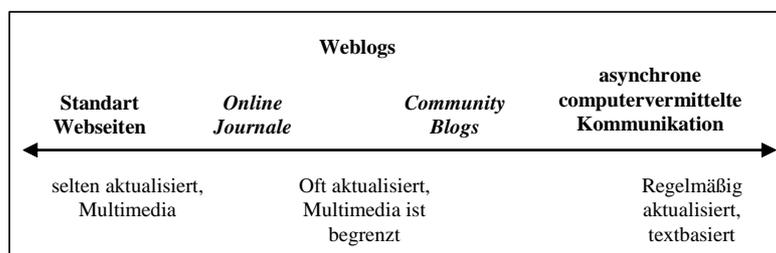
### 3 Weblog ist nicht gleich Weblog

Herring et al. [11] haben drei grundlegende Arten von Blogs identifiziert:

1. Persönliche Journale (meist in Form von Online-Tagebüchern),
2. "Filter"-Blogs, die Infos von anderen Webseiten sammeln und kommentieren (also sehr eng angelehnt an die ursprüngliche Form des Weblogs) und
3. Wissens-Logs, bei denen Forscher oder Projektgruppen ihre Untersuchungen verbreiten

Darüber hinaus gibt es noch Mischformen, die sich aus den oben genannten drei Blog-Arten ergeben.

Ferner haben Herring et al. [11] in ihrer Analyse festgestellt, dass Weblogs zwischen Standard-Webseiten und asynchroner computervermittelter Kommunikation (wie z.B. Diskussionsforen) liegen. Abbildung 4 zeigt, dass Standard-Webseiten im Normalfall eher selten aktualisiert werden, aber oft multimediale Inhalte enthalten. Dagegen wird in Foren meist sehr rege in Form von vielen reinen Texteinträgen diskutiert. Weblogs werden in der Regel zwar auch regelmäßig, aber nicht ganz so oft mit neuen Einträgen versehen, können dafür aber auch Multimediainhalte enthalten. Herausgegriffen wurden zwei spezielle Weblog-Arten: Online-Journale (LiveJournal) liegen dabei näher an Standard-Webseiten, während Community-Blogs (Slashdot) sich mehr an Foren orientieren. Die zuvor erwähnten drei grundlegenden Weblog-Arten kann man wie folgt einordnen: Persönliche Journale und Online-Tagebücher können in die Nähe von Online-Journalen und Filter-Blogs bei Community-Blogs eingeordnet werden. Wissens-Logs konnten Herring et al. nicht auf dieser Skala einordnen, dazu seien weitere Dimensionen notwendig, schreiben sie in ihrer Studie.



**Abbildung 4.** Weblogs auf einer Skala zwischen Standard-Webseiten und asynchroner computervermittelter Kommunikation [11]

Weiterhin kann man nach Nardi et al. [22] Weblogs in private (Passwort geschützte) und öffentliche Blogs unterteilen. Die Mehrheit der Blogger sieht den Schutz ihrer Privatsphäre jedoch als nicht so wichtig an, denn nur ein kleiner Teil der Blogs ist tatsächlich nur mit einem Passwort zugänglich. Wenn man sich aber die Gründe anschaut, die einen Internetnutzer zum Blogger machen, ist diese Tatsache eventuell weniger überraschend. Dies soll im Folgenden näher untersucht werden.

## **4 Die „Generation Blogging“ und ihre Weblogs**

So, wie es nicht nur die eine Art von Blog gibt, sind auch die Gründe, der „Generation Blogging“<sup>5</sup> beizutreten, vielfältig. Laut Nardi et al. [22] haben viele erst mit dem Bloggen angefangen, nachdem andere sie explizit dazu aufgefordert haben. Die meisten waren anfangs skeptisch, dann aber begeistert, als sie herausgefunden haben, dass andere ihre Blogs lesen und „sie eine Stimme haben, die gehört wird“. Daraus kann man schließen, dass die soziale Aktivität beim Bloggen eine große Rolle spielt.

Blogging-Hosts wie Livejournal und Blogger haben, wie zuvor bereits erwähnt, zum großen Erfolg der Weblogs beigetragen. Im Kapitel „Technik“ wird näher darauf eingegangen. Im Folgenden werden zunächst einige Gründe beschrieben, die einen Blogger zum Betreiben eines Weblogs motivieren. Die Selbstdarstellung ist dabei sicherlich für viele ein Hauptgrund.

### **4.1 Ich blogge, also bin ich: Blogging als soziale Aktivität & Selbstdarstellung**

Blogs beschäftigen sich mit allen Bereichen des Lebens: Alltägliches (Tagebuch), Urlaub, Familien-Ereignisse, Dokumentation eines Krankheitsverlaufs, Kommentare zu politischen Ereignissen oder gerichtlichen Entscheidungen, Veröffentlichung von Gedichten... [26] [23].

Man kann sagen, dass das Verfassen eines Blogs (insbesondere, wenn es sich um persönliche Journale handelt) einen hohen Stellenwert im Leben des Bloggers einnimmt. Descartes philosophischen Schluss „Ich denke, also bin ich“, könnte man somit für die „Generation Blogging“ in „Ich blogge, also bin ich“ abwandeln. Die Blogger identifizieren sich über ihr Blog und verbreiten ihre persönlichen Gedanken darüber. Sie wollen andere an ihrem Leben teilhaben lassen - auch wenn in den meisten Fällen das Publikum eher der Blogger selber oder vielleicht ein paar gelegentliche Leser sind. Es ist somit eine Art persönliche Aufzeichnung, die das eigene Leben dokumentiert [26] [23].

Als einen weiteren Beweggrund identifizierten Schiano et al. [26] und Nardi et al. [22] [23] den Wunsch, in Kontakt mit Freunden und Verwandten zu bleiben, falls man räumlich getrennt ist (Leben und arbeiten in einer anderen Stadt oder eine Urlaubsreise). Diese Art des Blogs ist dann eine Art Newsletter, über den die Angehörigen über Neuigkeiten aus dem Leben des Bloggers erfahren können – und das ganze sozusagen in „Echtzeit“. Daraus haben sich dann auch Blogs in Form von Fotoalben (Photo-

---

<sup>5</sup> Markus Chr. Koch und Astrid Haarland haben ein Buch mit dem Titel „Generation Blogger“ geschrieben (Mitp-Verlag, 2003), das neuen Bloggern den Einstieg erleichtern soll.

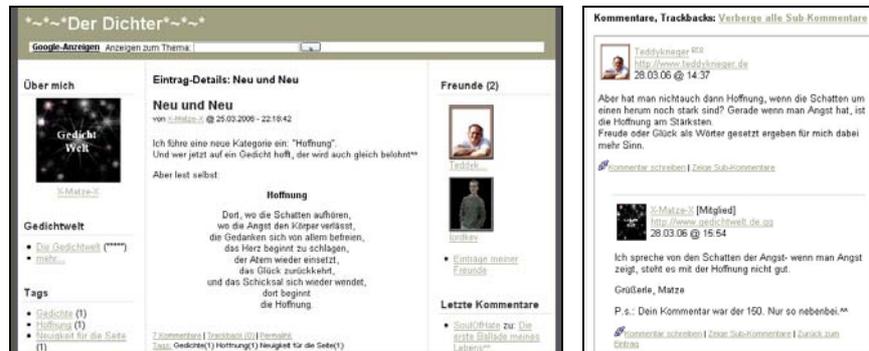
Blogs = Phlogs) gebildet. Die große Verbreitung von Digitalkameras hat ebenfalls dazu beigetragen, dass sich diese Art des Weblogs großer Beliebtheit erfreut. Einige nutzen ihr Blog auch als eine Art Fortschrittbericht. Beispielsweise, um die Krankheits- bzw. Genesungsgeschichte eines Angehörigen zu dokumentieren.

Dies alles könnte natürlich auch per E-Mail geschehen, aber Bloggen ist einfacher, da man sich nicht an bestimmte Adressen erinnern muss und auch keinen ungefragt belästigt. Blogs kann man also als eine Art „Pull-Service“ bezeichnen, bei der der Adressat aktiv werden muss, während E-Mail eher als eine Art „Push-Service“ angesehen werden kann, bei dem der Empfänger Informationen erhält, ob er nun will oder nicht. [26] [23]

Doch der Wunsch nach Selbstdarstellung ist nicht der einzige Grund für Blogger ein Weblog zu betreiben und es regelmäßig zu aktualisieren. Auch der Wunsch mit anderen in Kontakt zu treten und eigene Ideen auszutesten spielt für die Community-Blogger eine Rolle.

## 4.2 Community Blogging: Die neue Art der anonymen Kritik

Community-Blogger nutzen ihr Blog, um Dinge und Ereignisse zu kommentieren, die sie beschäftigen. Das können technische Ratschläge sein, aber auch kulturelle und gesellschaftliche Kritik spielt in vielen Blogs eine Rolle. So haben sich viele Blogger mit dem Irak-Krieg beschäftigt. Andere prangern die Todesstrafe in den USA an. Das Weblog ist also auch zu einer Forum der Demonstrationbewegung geworden. [23]



**Abbildung 5:** Ein Beispiel für ein Gedichts-Blog (links das veröffentlichte Gedicht und rechts die zugehörige Diskussion)<sup>6</sup>

Nardi et al. [22] [23] haben auch herausgefunden, dass für viele das Bloggen „thinking by writing“ ist, sie also ihre Ideen in ihrem Blog vor einem kleinen Publikum testen können. Einige hoffen, dass ihre Beiträge in der Zukunft vielleicht einmal in einem Magazin oder einer Zeitung veröffentlicht werden. Bis es soweit ist, üben sie in ihrem Weblog, den direkten „Draht“ zu ihrem Publikum haben sie ebenfalls: Die Kommentar-Funktion hilft ihnen, ihren Schreibstil zu verbessern oder Ideen für neue Artikel zu finden. Aber nicht nur Diskussionen um das aktuelle politische Geschehen

<sup>6</sup> [http://gedichtwelt.blog.de/2006/03/25/neu\\_und\\_neu~674591#comments](http://gedichtwelt.blog.de/2006/03/25/neu_und_neu~674591#comments)

haben ihren Platz in der Blogging-Welt gefunden, auch Hobby-Dichter schätzen das Weblog, um ihre Gedichte zu veröffentlichen. Auch hier feilen die Autoren oft an ihren Texten in Zusammenarbeit mit ihren Lesern (Abbildung 5). Das frühe Veröffentlichliche hilft ihnen also beim Schreiben.

Doch diese Form des Bloggings kann man auch kritisch sehen, da sich normalerweise die Anzahl der Kommentare in Grenzen hält [11]. Stellt sich die Frage, welchen Stellenwert diese Funktion dann noch einnimmt. Blogger können sich laut Nardi et al. [22] hinter ihren Blogs verstecken. Viele Community-Blogger schätzen die anonyme Kritik und halten ihre Kritiker sozusagen „eine Armlänge auf Abstand“. Sich mit den Kommentaren zu einem Artikel auseinanderzusetzen ist weniger persönlich und intensiv, als wenn sie ihre Gedanken oder Gedichte direkt mit jemandem diskutieren würden [23] [22]. Ein weiterer Vorteil ist laut Nardi et al. [22], dass das Feedback nicht sofort erfolgt, sondern dass die Autoren erst in Ruhe ihre Artikel zu Ende schreiben können. Die Diskussion findet mit einem größeren zeitlichen Abstand statt und oft auch mittels anderer Medien wie beispielsweise E-Mail, Instant Messaging oder Telefon [6].

Doch welchen Stellenwert hat diese Art der Informationsverbreitung? Kann sich nun jeder Journalist oder Dichter nennen, da er oder sie bereits Artikel oder Gedichte veröffentlicht hat? Dieser Frage soll im Folgenden nachgegangen werden.

### **4.3 Nachrichten-Blogs: Amateur-, Graswurzel- oder ernstzunehmender Journalismus?**

Es stellt sich die Frage, was überhaupt einen Journalisten ausmacht. Laut dem Deutschen Journalisten-Verband (dju)<sup>7</sup> ist Journalist/in, wer

- hauptberuflich
- produktiv oder dispositiv
- Informationen sammelt, auswertet und/oder prüft und Nachrichten unterhaltend, analysierend und/oder kommentierend aufbereitet,
- sie in Wort, Bild und/oder Ton
- über ein Medium
- an die Öffentlichkeit vermittelt
- oder den publizistischen Medien zu dieser Übermittlung bereitstellt.

Hauptberuflich betreibt wohl kaum ein Blogger sein Weblog, weil die Verdienstmöglichkeiten eher gering sind. Aber alle anderen Punkte kann wohl jeder Blogger, der es möchte, auch abdecken. Viele Blogger sammeln Informationen, werten diese aus, prüfen sie und bereiten damit Nachrichten auf, die unterhaltend, analysierend oder kommentierend sein können. Das Medium, über das sie dies an die Öffentlichkeit vermitteln ist das Weblog. Mitchell [17], Regan [25] und Lasica [13] formulieren es so, dass mit Hilfe der immer einfacher gewordenen Blogging-Technik jeder Leser auch zum Redakteur (Produzent, usw.) werden kann. Die einfache Formel für Journalismus: Finde die richtigen Leute, stelle die richtigen Fragen und schreibe es auf [13].

Es stellt sich die Frage, ob Blogger damit Amateur-Journalisten sind, die dem Berufsbild schaden, da sie journalistische Prinzipien unter Umständen nicht beachten,

---

<sup>7</sup> <http://www.dju.de/journalist/berufsbild/ueberblick.shtml>

oder eine wertvolle weitere Informationsquelle im Internet darstellen. In den Augen vieler Journalisten sind Blogs von Amateuren gemacht, schlecht geschrieben, von egozentrischer Natur und enthalten eine zu große Meinungsäußerung [25]. Auf der anderen Seite sehen Blogger die Arbeit von Journalisten oft als stagnierend und zu elitär an. Außerdem bemängeln sie, dass Journalisten zu viel Zeit darauf verwenden für ihre eigene Berufsgruppe zu schreiben, anstatt für die große Öffentlichkeit [25].

Mitchell [17] schreibt, dass Weblogs eine Gefahr hinsichtlich der journalistischen Qualität darstellen und in den Bereich der reinen Meinungsäußerung abgleiten können, wenn sie von unerfahrenen Journalisten betrieben werden, die Informationen ungeprüft veröffentlichen. In einer Redaktion durchläuft ein Artikel meist mehrere Stationen und wird von mindestens einer weiteren Person redigiert. Das ermöglicht einerseits eine gewisse Qualitätssicherung [17], andererseits gehen auch viele Ideen dabei verloren. Ein Blogger dagegen kann frei von solchen Restriktionen Nachrichten veröffentlichen. Als Editoren wirken dabei die Internetgemeinde, die Kommentare zum Artikel abgeben kann [13].

Ein Problem des traditionellen Journalismus kann darin bestehen, dass die Anzahl der Nachrichtenquellen bei einem lokalen Ereignis nicht ausreicht, wenn es in einem Ort nur eine begrenzte Anzahl von verfügbaren Medien gibt [25]. Blogs stellen dagegen oft eine größere Meinungsvielfalt zur Verfügung.

Nach Lasica [13] kann somit der traditionelle Journalismus durchaus vom Blogging profitieren. Es sei

- eine neue Form des Journalismus,
- die Einflussnahme auf Nachrichten-Auswahl bietet,
- das Vertrauen des Lesers erhöht,
- die Nachrichten personalisiert und
- Interaktivität ermöglicht.

In der Tat gibt es hauptberufliche Journalisten, die die Möglichkeiten des Bloggens zu schätzen wissen. Sie veröffentlichen auf ihrem Blog Hintergrundmaterial oder führen Nachrichten weiter, die in den Medien, für die sie hauptberuflich schreiben, keinen Platz finden. Laut Mitchell [17] ist Dan Gillmore<sup>8</sup> (Kolumnist der San Jose Mercury News) der Pionier der bloggenden Journalisten. Ein weiteres sehr bekanntes politisches US-Weblog ist das des Journalisten Andrew Sullivan<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> <http://bayosphere.com/blog/dangillmor/>

<sup>9</sup> [http://time.blogs.com/daily\\_dish/](http://time.blogs.com/daily_dish/)



**Abbildung 6:** Das BILDblog kontrolliert die BILD-Zeitung und informiert hier die Leser über einen inkorrekten WM-Plan.

Im deutschsprachigen Raum kommentiert das BILDblog<sup>10</sup> Artikel der Bild-Zeitung (Abbildung 6). Die Blogger haben es sich zur Aufgabe gemacht, die Macher der großen Boulevard-Zeitung zu kontrollieren und Fehler oder Ungenauigkeiten klarzustellen und zu korrigieren. Journalistisch aktive Blogger können somit auch die Funktion eines „Medienwächters“ einnehmen.

Neben der kreativen Freiheit, Schnelligkeit, Interaktivität kann auch das nicht Vorhandensein von Marketing-Einschränkungen ebenfalls ein großer Vorteil von Blogs [14] darstellen. Die Blogger müssen – im Gegensatz zu den meisten traditionellen Medien – nicht auf Anzeigenkunden oder Leser Rücksicht nehmen. Denn Blogs werden nicht speziell für bestimmte Personengruppen geschrieben, sondern von ihnen gefunden [14].

Doch es gibt auch kritische Anmerkungen. Graswurzel-Journalismus (auch partizipativer Journalismus genannt) bezeichnet die journalistische Aktivität eines Bürgers oder einer Gruppe von Bürgern<sup>11</sup>. In der Kommunikationswissenschaft ist in dem Zusammenhang auch der Begriff Agenda setting<sup>12</sup> bekannt. Dies besagt, dass Medien zwar nicht bestimmen was wir denken, aber worüber wir nachdenken. Und wenn man außerdem noch davon ausgeht, dass nur ein gewisser Anteil der Bevölkerung politisch und sozial aktiv, gebildet und interessiert ist und auch nur diese Menschen die neue Form der Meinungsäußerung und –bildung über das Internet wahrnehmen, kommt man zum Begriff des „Opinionleaders“. Die Wissenskluft zwischen gebildeten und ungebildeten Menschen wird somit immer größer. [12]

#### 4.4 Lern-Blogs: Vom Lern-Tagebuch zum Wissens-Log

In Learning Communities schließen sich lernwillige Menschen zusammen, um sich gegenseitig beim Lernen zu unterstützen und ihre Fortschritte in einer Art „Lern-Tagebuch“ zu dokumentieren. Wagner [31] und Downs [4] haben diese Form des Bloggens näher untersucht. Bei der Verwendung von Lern-Logs müssen die Studen-

<sup>10</sup> <http://www.bildblog.de/>

<sup>11</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Graswurzel-Journalismus>

<sup>12</sup> [http://de.wikipedia.org/wiki/Agenda\\_Setting](http://de.wikipedia.org/wiki/Agenda_Setting)

ten ihre Ergebnisse regelmäßig an den Lehrer senden, der diese dann auf der Kurs-Webseite veröffentlicht [31]. Dies dauert meistens sehr lange und ist für den Lehrer aufwendig. Bei der Verwendung von Blogs kann jeder Kursteilnehmer mit einfachen Mitteln seine Ergebnisse selber veröffentlichen. Der Aufbau von Wissens-Logs (Knowledge-Logs) wird somit einfacher [31]. Die Kursteilnehmer können schneller auf die Ergebnisse der Kommilitonen zugreifen und diese untereinander diskutieren und kommentieren. Die Dokumentation des Lernprozesses übernimmt dabei die Blogging-Software [31].

Downs [4] sieht sogar noch vielfältigere Möglichkeiten. Er zeigt die Möglichkeit auf, die Blogs in drei Kategorien aufzuteilen: Ein Blog für den gesamten Kurs (für Mitteilungen, die den gesamten Kurs betreffen), ein persönliches, aber öffentliches (um den Studenten die Möglichkeit zur Diskussion untereinander zu bieten) und ein privates (zum Notieren von Ideen und um Hilfestellung vom Lehrer zu erhalten). Viele Studenten schätzen die Möglichkeit der direkten Kommunikation untereinander, da sie so motiviert seien, mehr als sonst zu schreiben [4]. Aber auch die Lehrer und Organisatoren haben Weblogs als Arbeitserleichterung entdeckt: Die Organisation sei so viel einfacher [4].

#### **4.5 Corporate Blogging: Wettbewerbsfähiger durchs Bloggen**

Auch Unternehmen haben Weblogs als Kommunikationsmittel entdeckt. Wacka [30] nennt die folgenden betriebswirtschaftlichen Schlagwörter als Gründe ein Corporate Blog zu betreiben:

- **Business Leader:** Das eigene Unternehmen als Experten positionieren.
- **Customer Relationships:** In einem Forum, in dem es nicht ums Verkaufen geht, ist die persönliche Beziehung zu den Kunden oft besser. Kunden können Tipps austauschen oder Produkte diskutieren.
- **Media Relations:** Die Beziehungen zu den Medien intensivieren und pflegen. Mit den Medien in einen Dialog treten, anstatt nur Pressemitteilungen zu versenden.
- **Internal Collaboration:** Blogs zum Gedankenaustausch zwischen den Mitgliedern von Projektteams nutzen.
- **Knowledge Management:** Informationen können einfach gefunden werden und Bloggen ist außerdem eine Art "Learning by doing".
- **Recruitment:** Zum attraktiven Arbeitgeber werden, da durch die transparente Firmenpolitik potenzielle Arbeitnehmer auf das Unternehmen aufmerksam werden.
- **Testen von Ideen und Produkten:** Blogs sind informell. Kommentare von Benutzern helfen Ideen oder Produkte zu testen.
- **Gutes Ranking in Suchmaschinen:** Links zu anderen Seiten, und dass viele Seiten auf die eigene Seite verlinken, ist für viele Suchmaschinen fürs Ranking wichtig.

Beispielsweise haben Hapag-Lloyd Express, SAP und Microsoft das Corporate Blogging für sich entdeckt. Hapag-Lloyd Express<sup>13</sup> bietet seinen Kunden die Mög-

---

<sup>13</sup> <http://blog.hlx.com/>

lichkeit ihre Urlaubserlebnisse zu bloggen und auch Mitarbeiter erzählen über ihre Ferienreisen. SAP<sup>14</sup> und Microsoft<sup>15</sup> informieren über neue Ideen und Produkte und bieten die Möglichkeit sich über „Best Practices“, also gute Ideen aus der Praxis, zu informieren.

#### 4.6 Moblogs: Weblogs werden mobil

Das Bloggen von Fotos ist bei vielen Bloggern sehr beliebt. Wie bereits oben beschrieben, werden persönliche Erlebnisse dokumentiert (z.B. Urlaubsreisen), so dass Freunde, aber auch Fremde am eigenen Leben teilhaben können [32]. Bekannte Foto-Blogs sind Flickr.com<sup>16</sup> und Photoblogs.com<sup>17</sup>. Video-Blogs sind ebenfalls beliebt. FrameDrop<sup>18</sup> und Vidblogs<sup>19</sup> sind bekannte Vertreter dieser Weblog-Art.

Doch Fotos und Videos werden meist unterwegs gemacht. Neue Handys verfügen über Foto- und Video-Möglichkeiten, was den Wunsch nahe legt, das mobile Veröffentlichen von Videos und Fotos zu ermöglichen: Das Mobile Blogging (Moblogging), auch „Mail-to-Web“ genannt, war geboren [32].

Gross und Kleppe [10] haben FrameDrops entwickelt. Diese Architektur ermöglicht mobiles Bloggen – auf einfache Weise. Denn der Entstehungsort der Fotos und Videos ist oft wichtig, muss aber meist per Hand in die Metadaten eingetragen werden. FrameDrops ermöglicht das automatische Positionieren von Einträgen mit Hilfe von GPS. Dabei werden Videos in einen geografischen sowie chronologischen Kontext gebracht. Der mobile Blogger sendet seine Videos per E-Mail an den FrameDrops-Server. Dieser konvertiert die Videos ins Flash Video Format (FLV) und ein Vorschaubild (JPG). Die zum Video oder Bild gehörenden Metadaten wie beispielsweise Datum, Zeit, Abmessungen, Auflösung und Ortsinformationen enthalten wertvolle Informationen und werden deshalb extrahiert. Video und Foto werden dann mittels XML-RPC<sup>20</sup> an den Antville Webserver<sup>21</sup> gesendet, der Macro-Code zurückschickt (z.B. Code, der Attribute und Werte enthält, das den Objekt-Identifikator und Layout beschreibt). [10]

Noch hat nicht jeder ein GPS-fähiges Mobiltelefon, um Fotos ohne Aufwand mit geografischem Kontext versehen zu können. Momentan müssen solche Informationen noch per Hand in die Metadaten eingefügt werden. Diese Möglichkeit bietet Mappr<sup>22</sup>. Fotos, die in Flickr gebloggt werden, können mit Mappr mit geografischem Kontext versehen werden. Abbildung 7 zeigt die Möglichkeit, sich anschließend anhand eines Schlagwortes (hier Route 66) die darunter gespeicherten Fotos anzeigen zu lassen. Die Fotos erscheinen auf einer Landkarte, an den Orten, an denen sie gemacht wurden. Dies gibt einen Ausblick auf das Potenzial des mobilen Bloggens.

---

<sup>14</sup> <http://www.sap.com/community/pub/blogs.epx>

<sup>15</sup> <http://www.microsoft.com/Communities/blogs/PortalHome.aspx>

<sup>16</sup> <http://www.flickr.com/>

<sup>17</sup> <http://www.photoblogs.org/>

<sup>18</sup> <http://www.framedrops.net/>

<sup>19</sup> <http://www.vidblogs.com/>

<sup>20</sup> <http://www.xmlrpc.com/>

<sup>21</sup> <http://antville.helma.org/project/about/features/>

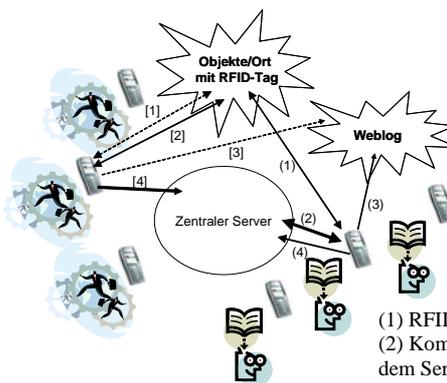
<sup>22</sup> <http://www.mappr.com/>



**Abbildung 7:** Fotos, die auf Mappr.com unter dem Schlagwort „Route 66“ gespeichert sind, zeigen den Verlauf der Route 66.

Eine weitere Möglichkeit ist die Ortserfassung mittels RFID. Cheng et al. [3] beschreiben ein Beispielszenario wie folgt (siehe Abbildung 8): A hat gerade in einem Restaurant gegessen und möchte seine Erfahrungen und Einschätzung mit anderen teilen. Mit seinem Handy bewertet er das Essen und die Atmosphäre im Restaurant. Anschließend schwenkt er das Handy über einen RFID-Tag auf den Tisch. Seine Kritik wird dann auf seiner Weblog-Seite veröffentlicht. Der zentrale Server führt einen Index, auf dem die Tag-ID dem Weblog-Eintrag zugeordnet wird. B steht nun vor dem Restaurant und möchte wissen, wie das Essen dort ist. Er schwenkt sein Handy über den RFID-Tag, der auf der Speisekarte vor dem Restaurant angebracht ist und bekommt eine Liste von Einträgen angezeigt, die zu dieser Tag-ID gehören. B wählt den Eintrag von A aus, durch Kommentare können A und B nun miteinander kommunizieren.

- [1] Erfahrungen über Objekt (mit RFID-Tag ausgestattet) erfassen.
- [2] RFID-Tag erfassen.
- [3] Eintrag auf Weblog-Seite veröffentlichen.
- [4] Aktualisierung des Index der RFID-Tag-ID und des Weblog-Eintrags.



- (1) RFID-Tag erfassen.
- (2) Kommunikation mit dem Server herstellen, um Liste der relevanten Einträge zu bekommen.
- (3) Direkte Kommunikation mit Web-Präsenz (Herunterladen des Weblog-Eintrags).
- (4) Hochladen der Bewer-

**Abbildung 8:** System-Architektur für Blogging mit RFID. [3]

## 5 Die Technik: Was man als Blogger wissen sollte

Nach Downs [4] kann man die Blogging-Software in zwei grundlegende Varianten unterteilen: Hosting-Services und installierte Applikationen. Es gibt zwar auch einige wenige Blogger (meist der ersten Stunde), die ihre Weblogs noch von Hand programmieren, aber solche Blogger, wie beispielsweise Rebecca Blood<sup>23</sup>, werden immer weniger [5], da es immer schwieriger wird, bei den technischen Neuerungen, wie z.B. Trackback (siehe unten), mitzuhalten [1].

*Hosting Services* ist eine Webseite, die einem alles zur Verfügung stellt, was man zum Erstellen eines Blogs benötigt[4]. Es bietet ein Formular zum Eintragen des Inhalts, einige Werkzeuge zum Erstellen eines Templates und zugriff auf diverses Zubehör [4]. Das Blog wird gehostet auf dem Zentralcomputer des Hosting-Service (die URL spiegelt dabei den Namen wieder) [4]. Diese Blog-Art ist ähnlich zu Services, die das Hosten von eigenen Webseiten anbieten (z.B. Yahoo!GeoCities<sup>24</sup>) oder eigenen Diskussionsgruppen (z.B. Yahoo!Groups<sup>25</sup>) [4]. In diese Kategorie fallen beispielsweise die bereits oben erwähnten Seiten Blogger.com und LiveJournal [4]. Diese web-basierten Blogs sind in diversen Programmier- und Skriptsprachen, wie beispielsweise Java, Perl, PHP und ASP, geschrieben [15].

*Installierte Applikationen* stellen die andere Blog-Variante dar [4]. Dabei wird ein Software-Stück, das vom Provider bereitgestellt wird, auf dem eigenen Webpace installiert [4]. Diese Kategorie ist ähnlich wie web-basierte Applikationen wie beispielsweise ColdFusion<sup>26</sup> und Hypermail<sup>27</sup> [4]. Die Anzahl derer, die diese Blog-Art verwenden ist sehr viel geringer, aber ihr Wissenstand über Blogs und deren technische Realisierung ist dafür umso größer [4]. MoveableType<sup>28</sup> von Six Apart's ist der bekannteste Vertreter bei den installierten Applikationen [4]. Es bietet dem Blogger viele Optionen, die das Anpassen an individuelle Bedürfnisse ermöglichen [4]. Weitere Vertreter dieser Kategorie sind Radio Userland<sup>29</sup>, WordPress<sup>30</sup> und Drupal<sup>31</sup> [5].

### 5.1 Das kleine Blogging-ABC: Permalinks, Trackbacks & Co.

Blogger haben eine „eigene Sprache“. Da ist von Permalinks, Trackbacks, Blogroll und Pingback die Rede. Doch was bedeutet dies? Im Folgenden nun deshalb ein kleines Blogging-Wörterbuch.

*Permalinks*: Dadurch hat jeder Blog-Eintrag eine permanente Ortsangabe (URL), auf die referenziert werden kann. Vorher konnte man durch Weblog-Archive nur durchs Browsing (Durchstöbern) navigieren. Jetzt können Blogger auf einzelne Weblog-Einträge verweisen, indem sie diese referenzieren. [1] [5]

---

<sup>23</sup> <http://www.rebeccablood.net>

<sup>24</sup> <http://geocities.yahoo.com>

<sup>25</sup> <http://groups.yahoo.com/>

<sup>26</sup> <http://www.adobe.com/de/products/coldfusion/productinfo/overview/>

<sup>27</sup> <http://www.hypermail.org/>

<sup>28</sup> <http://www.moveabletypes.org>

<sup>29</sup> <http://www.userland.com>

<sup>30</sup> <http://wordpress.org>

<sup>31</sup> <http://drupal.org>

**Crossblog-Talk:** Diese Kommentarfunktion ermöglicht das weblog-übergreifende Diskutieren von Einträgen. Ein Blogger kann damit einen Eintrag in einem anderen Blog vornehmen. Dies ist die Kommentarfunktion, ohne die Blogs heute undenkbar sind. [1]

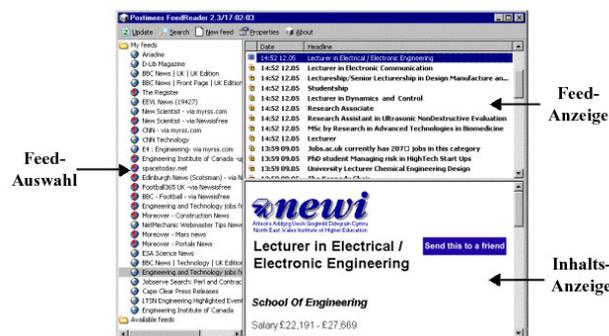
**Trackback:** Die automatisierte Version von Crossblog-Talk. Eingeführt wurde es 2001 von MovableType. Über entgegengesetzte Hyperlinks kann das referenzierte Weblog verfolgt werden. Unter jedem Blog-Eintrag befindet sich eine Spezial-URL (vom Blogger angegeben oder automatisch im Hintergrund erstellte Trackback-URLs), die von einem anderen Blog zur Verlinkung verwendet werden kann („Ich habe dein Blog hier mit diesem Text zitiert“). Zuvor unsichtbare inhaltliche Verbindungen werden so sichtbar. Das zitierte Blog aktualisiert sich nach dem Aufruf der Trackback-URL selbst und fügt den entsprechenden Auszug aus dem zitierenden Blog seinem Trackback-Bereich hinzu. [1] [5] [18]

**Pingback:** Ähnlich wie Trackback. Sobald ein Blog-Eintrag veröffentlicht wird, werden alle darin enthaltenen Links darüber informiert („angepingt“). [5]

**Blogroll:** Einige Weblog-Services bieten die Möglichkeit oft verwendete Links auf der Seitenleiste (sidebar) automatisch anzuzeigen. Es zeigt somit die Quellen, mit denen der Blogger arbeitet und stellt sie den Lesern ebenfalls zur Verfügung. [5]

**Syndication:** Damit wird die Integration von Inhalten eines Blogs in ein anderes bezeichnet. In der Regel beschränkt es sich auf Schlagzeilen. [18]

**Aggregation:** Die Zusammenführung von Inhalten zu einem Thema. Möller [18] schreibt dazu: „In der Praxis gibt es zahlreiche so genannte Feed-Reader, die Schlagzeilen von Blogs und News-Websites herunterladen und diese zusammenführen, um dem Leser das mühsame Klicken von Seite zu Seite auf der Suche nach Neuigkeiten zu ersparen. Die letzten Schlagzeilen der Websites werden als XML-Dateien angeboten. Für die enthaltenen Beiträge werden jeweils URL, Kurzbeschreibung, Publikationsdatum und Kommentar-Link angegeben.“



**Abbildung 9:** FeedReader ermöglicht eine Auswahl diverser Feeds (links), die Anzeige eines gewählten Feeds (rechts oben) und den Inhalt eines ausgewählten Eintrags (recht unten) [21].

*RDF*<sup>32</sup>/*RSS*<sup>33</sup>: RSS steht für Really Simple Syndication, Rich Site Summary oder RDF Site Summary - je nachdem wen man fragt oder von welcher Version man spricht [21]. RSS ist RDF (Resource Description Framework)-basiert und somit auch XML-basiert [24]. RDF bietet die Möglichkeit Inhalte mit Metadaten zu versehen, um zu verstehen, worum es sich inhaltlich handelt [24] (dies ist auch Grundlage für das sog. Semantic Blogging, siehe Kapitel 5.3). Die zuvor erklärten Begriffe Syndication und Aggregation werden oft im Zusammenhang mit RSS verwendet. Um diese Arten der Inhaltsverwendung zu ermöglichen, gibt es diverse *RSS-Reader*, die entweder web-basiert (z.B. NewsIsFree<sup>34</sup>) oder als eigenständige Programme (z.B. FeedReader<sup>35</sup>, siehe Abbildung 9) arbeiten [21]. So können Blogger ihre Inhalte automatisch der Blogging-Gemeinschaft zur Verfügung stellen [15]. Ihre Leser müssen lediglich den sogenannten *RSS-Feed* abonnieren. Abbildung 10 [21] stellt die Möglichkeiten von RSS grafisch am Beispiel der BBC dar. Es werden so Inhalte für andere Webseiten, Desktop-Reader, Suchmaschinen und Online-Zusammenfassungen angeboten. Die BBC profitiert davon, dass man, um die Originalnachricht lesen zu können, in allen Fällen ihre Webseite besuchen muss und darauf entsprechend verlinkt wird.



**Abbildung 10:** RSS-Feed der BBC stellt Inhalt für verschiedene Anwendungsbereiche (andere Webseiten, Desktop-Reader, Suchmaschinen, Online-zusammenfassungen) zur Verfügung. [21]

Eine RSS-Datei besteht aus einem Channel und mehreren Einträgen (Items). Der Aufbau könnte wie folgt aussehen [21]:

```
<channel>
<title>BBC News | UK | UK Edition</title>
<link>http://news.bbc.co.uk/hi/uk/default.stm</link>
<description>BBC UK News updated every minute of every day</description>
</channel>
```

<sup>32</sup> <http://www.w3.org/RDF/>

<sup>33</sup> <http://www.rss-specifications.com/rss-specifications.htm>

<sup>34</sup> <http://www.newsisfree.com>

<sup>35</sup> <http://www.feedreader.com/>

```
<item>
<title>Clare Short quits post over Iraq</title>
<description>Clare Short quits the cabinet, accusing Tony Blair of breaking his
promises over the UN's role in rebuilding Iraq.</description>
<link>http://news.bbc.co.uk/hi/uk_politics/3019871.stm</link>
</item>
```

Zuerst wird der Channel mittels Titel, Link und Kurztext beschrieben und anschließend die dazugehörigen Inhalte (Items). Diese Items besitzen wiederum eine Beschreibung, die aus einem Titel, dem Kurztext und dem Link besteht.

Durch diese vielfältigen Verlinkungsmöglichkeiten (Permalinks, Trackback, Pingback, Blogroll, RSS), sind die Blogs untereinander nicht nur logisch, sondern auch physikalisch verbunden [6]. Dies ermöglicht ein großes Publikum zu erreichen.

## 5.2 Blog-Promotion: Wie Weblogs populär werden

RSS ermöglicht es, Blog-Inhalte effizient mit Software auszuwerten. Laut Möller [18] machen Seiten wie Daypop.com, Blogdex.net, Blogsnow.com und Technorati.com sich dies zunutze, um beispielsweise die populärsten von Bloggern verlinkten News-Stories und Blog-Beiträge aufzulisten. Eine Liste der Blogger mit den meisten eingehenden Links (Trackbacks, Pingbacks) ist ebenfalls möglich. Da nun die Suchmaschine Google beispielsweise Seiten mit vielen eingehenden Links für wertvoller hält als solche ohne, haben die Blogger einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Platzierung von Suchergebnissen. Blogger nutzen dies gelegentlich gezielt für so genannte „Google-Bomben“. [18]

Wer beispielsweise nach „Miserable Failure“ („jämmerlicher Versager“) sucht, landet je nachdem welche Seite mehr Erfolg hatte bei George Bush oder Michael Moore. Dies ist zwar nur eine Spielerei, aber die Auswirkungen auf aktuelle Suchergebnisse ist schwer zu quantifizieren. Auch spezielle Blog-Suchmaschinen wie beispielsweise Feedster<sup>36</sup> oder Technorati<sup>37</sup> tragen zur Verbreitung von Weblogs bei. [18] Blogs können ja nach Popularität in Kategorien eingeteilt werden. Sog. A-Blogs sind sehr beliebt und sozusagen die Meinungsmacher der Blogging-Welt. [5] Der bereits oben eingeführt Begriff des „Agenda setting“ kommt hier also wieder zum Tragen.

## 5.3 Semantic Weblogs: Komfortable Suche und individuelle Kategorisierung

Die Vielzahl der Blogs macht es schwierig, sich einen Überblick zu verschaffen. Cayzer [2] zeigt auf, dass semantische Anfragen wie beispielsweise „finde alle Blog-Einträge über ein Paper, das Autor X geschrieben hat“ oder „finde alle Blog-Begriffe über meine Freunde“ noch nicht selbstverständlich sind. Auch die Strukturierung von beliebigen Blog-Inhalten nach den eigenen Wünschen (Kategorisierung) ist noch ein Traum vieler Blogger. Als dritten Punkt führt Cayzer den Wunsch nach einer semantischen Navigation auf, also das effiziente Auffinden von Blogs (z.B. „stimmt zu“

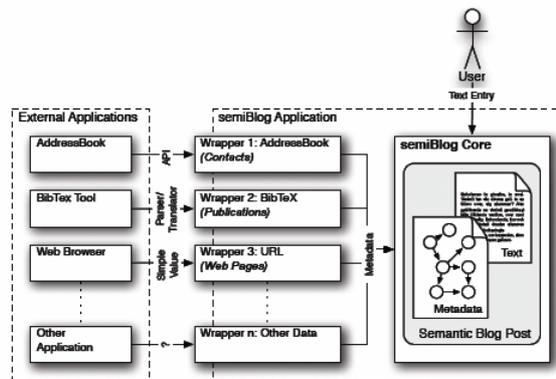
---

<sup>36</sup> <http://www.feedster.com/>

<sup>37</sup> <http://www.technorati.com/>

oder „Teil von“). Cayzer [2] hat einen „Semantic Blogging Demonstrator“<sup>38</sup> gebaut, der dies realisiert. Um die notwendigen Metadaten zu erfassen benutzt er RDF<sup>39</sup>. Das Hauptelement von RDF ist ein Subjekt-Prädikat-Objekt-Konstrukt. Damit kann eine graphen-artige Struktur kreiert werden mit Subjekten (oder Objekten) als Links und Prädikaten als Eigenschaften. Damit ist es möglich, Blogs semantisch aufzuwerten. Durch Abfrage der RDF-Graphen (z.B. mit der RDF-Anfragesprache SPARQL<sup>40</sup>) ist es möglich Anfragen wie oben gefordert zu stellen.

Noch schöner wäre es jedoch, wenn die Meta-Informationen nicht extra eingegeben werden müssten, sondern man bereits vorhandene Informationen nutzt. Möller et al. [19][20] nutzen dazu die Informationen, die bereits auf dem Desktop vorhandenen sind. Abbildung 11 zeigt die semiBlog-Architektur, die wie folgt funktioniert: Der Benutzer hat diverse Anwendungen auf seinem Computer, die darin enthaltenen Objekt-Informationen werden jeweils mit einem sog. Wrapper zu RDF Metadaten umgewandelt. Zusammen mit den text-basierten Einträgen des Benutzers wird diese Metainformation zu einer XML-Repräsentation kombiniert. Um den Blog-Eintrag zu generieren muss die XML-Datei noch umgewandelt werden (momentan die nicht-semantischen Informationen in HTML und die semantischen Informationen in RSS 1.0, das zum HTML-Dokument verlinkt). Nun kann der Blog-Eintrag, angereichert mit den Desktop-Informationen, publiziert werden. Abbildung 12 zeigt einen solchen Blog-Eintrag: Informationen zur Person „Eyal“ sowie die URL zur semiBlog-Webseite wurden eingefügt.



**Abbildung 11:** Mit der semiBlog-Architektur Inhalte aus Desktop-Metadaten erstellen. [20]

<sup>38</sup> <http://www.semanticblogging.org>

<sup>39</sup> <http://www.w3.org/RDF/>

<sup>40</sup> <http://www.w3.org/TR/rdf-sparql-query/>



Abbildung 12: Screenshot eines Blog-Eintrags mit angefügten Metadaten. [20]

## 6 Ausblick: Das ganze Leben ist ein Blog (bzw. im Blog)?

Mit Hilfe eines Weblogs kann man sich also auf einfache Weise der Internet-Welt mitteilen und je nach Belieben sein Leben vor der Internetgemeinschaft ausbreiten, Bürger-Journalismus betreiben, Diskussionen führen, sich über andere Blogger informieren, ... – die Möglichkeiten sind Vielfältig, wie wir oben gesehen haben. Und für jeden Bereich gibt es eine spezielle Art von Weblog: normales Textblog, Fotoblog, Videoblog, Audioblog (Podcast). Die Blogger sind auch im technischen Bereich nicht auf sich gestellt. Web-basierte Blogs ermöglichen das einfache Einrichten und „Befüllen“ eines Blogs. Wer gerne eigene Funktionen einbindet und nicht vom Hosting-Service abhängig sein möchte, der kann eine eigenständige Blogging-Software auf seinem eigenen Webspaces installieren.

Erst in letzter Zeit rücken auch die Weblog-Leser stärker in den Fokus der Forschung. Physikalische Verknüpfungen zwischen einzelnen, logisch zusammengehörigen Blog-Einträgen waren der erste Schritt (Trackback, Pingback, Blogroll, ...). Mit Semantic Blogs gibt es erste Ansätze, um die große Anzahl und Vielfalt der Weblogs noch besser in den Griff zu bekommen – denn das schönste und informativste Blog nützt wenig, wenn es niemand findet bzw. man innerhalb des Blogs nichts findet.

Die Blogging-Welt wird immer größer und auch zunehmend mobiler. Fast jeder hat heute ein Fotohandy, mit dem man schnell ein paar Fotos schießen oder sogar kurze Video-Filme aufnehmen kann. Wenn sich UMTS durchsetzt, ist es auch nicht auszuschließen, dass mehr Handy-Nutzer die Web-Funktionalität ihres Mobiltelefons nutzen. So könnten diese mobil gewonnenen Informationen noch besser in das persönliche Blog übertragen werden. Dann sind auch Ansätze wie von Gemmell et al. [8] [7] denkbar. Sie haben einen Prototypen entworfen, der das passive Aufzeichnen des eigenen Lebens ermöglicht. Über eine Kamera, die man um den Hals trägt, wird die Umgebung aufgezeichnet und die gewonnenen Daten mittels GPS mit Positionsdaten versehen. Gemmell et al. [8] [7] nutzen dann MyLifeBits, einen persönlichen, auf Lebenszeit ausgerichteten, digitalen Speicher, um die gewonnenen Daten zu sammeln. Diese Daten kann man nun auch durchsuchen – sofern man der Technik vertraut, ist es eine weitaus bessere Alternative als Fotos, Briefe u.a. in einem Schuhkarton aufzubewahren. Blogger könnten diese Möglichkeit ebenfalls nutzen und einen Teil der so gewonnenen Daten auf einfache Weise veröffentlichen. Die Möglichkeiten des Bloggens sind in jedem Fall noch nicht ausgeschöpft.

## Literatur

1. Blood, Rebecca: "How blogging software reshapes the online community". In: Communication of the ACM 47 (12), S. 53-55, 2004.
2. Cayzer, Steve: "Semantic blogging and decentralized knowledge management". In: Communications of the ACM 47 (12), S. 47-52, 2004.
3. Cheng, Y., Yu, W., and Chou, T.: "Life is sharable: blogging life experience with RFID embedded mobile phones". In: Proceedings of the 7th international Conference on Human Computer interaction with Mobile Devices & Amp, Salzburg, Austria, 2005 & MobileHCI, vol. 111. ACM Press, New York, NY, S. 295-298, 2005.
4. Downes, Stephen: "Educational Blogging". In: EDUCAUSE Review, 39 (5), S. 14-26, 2004. <http://www.educause.edu/ir/library/pdf/erm0450.pdf>
5. Du, H. and Wagner, C.: "Weblog Success: Exploring the Role of Technology", 2006-02-02. [http://wagnernet.com/tiki/tiki-download\\_file.php?fileId=27](http://wagnernet.com/tiki/tiki-download_file.php?fileId=27) bzw. <http://www.pacis-net.org/file/2005/282.pdf>. Abgerufen am 2006-06-15.
6. Efimova, L., de Moor, A.: "Beyond personal webpublishing: An exploratory study of conversational blogging practices". Proc. HICSS'05, 2005.
7. Gemmell, J., Williams, L., Wood, K., Lueder, R. and Bell, G.: "Passive Capture and Ensuing Issues for a Personal Lifetime Store." In: Proceedings of CARPE '04, S. 48-55, 2004. <http://research.microsoft.com/~jgemmell/pubs/CARPE2004.pdf>
8. Gemmell, Jim, Bell, Gordon, Lueder, Roger, Drucker, Steven and Wong, Curtis: "MyLife-Bits: Fulfilling the Memex Vision". In: ACM Multimedia, S. 235--238, 2002. <http://research.microsoft.com/~jgemmell/pubs/MyLifeBitsMM02.pdf>
9. Gill, K.: "How can we measure the influence of the blogosphere?" Presented at the Workshop on the Weblogging Ecosystem at the 13th International World Wide Web Conference, New York, 2004. [http://faculty.washington.edu/kegill/pub/www2004\\_blogosphere\\_gill.pdf](http://faculty.washington.edu/kegill/pub/www2004_blogosphere_gill.pdf)
10. Gross, T., Kleppe, M. "FrameDrops: A Mobile VideoBlog for Workgroups and Virtual Communities"
11. Herring, Susan C., Scheidt, Lois Ann, Bonus, Sabrina, Wright, Elijah: "Bridging the gap: A genre analysis of weblogs". In: Proceedings 37<sup>th</sup> Annual HICSS Conference, Big Island, Hawaii, 2004. <http://www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/herring.pdf>
12. Kavanaugh, A., Zin, T.T., Carroll, J.M., Schmitz, J., Pérez-Quinones, M, Isenhour, P.: "When Opinion Leaders Blog: New forms of citizen interaction". In: 7th Annual International Conference on Digital Government Research. San Diego, 2006. <http://java.cs.vt.edu/public/projects/digitalgov/papers/DG06.KavanaughEtAl.3.3.06.pdf>
13. Lasica, J.D., "Blogs and Journalism Need Each Other ". Nieman Reports, (2003). <http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/70-74V57N3.pdf>
14. Lasica, J.D., „Blogging as a Form of Journalism“. Online Journalism Review, veröffentlicht am 2001-05-24, modifiziert am 2002-04-29, <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017958873.php>. Abgerufen am 2006-06-06.
15. Lindahl, Charlie und Elise Blount: "Weblogs: Simplifying Web Publishing". In: Computer 36, S. 114-116, 2003.
16. Mescallany, Peter: "Play with your words". Mai 2002. <http://www.peterme.com/archives/00000205.html>. Abgerufen am 2006-06-01.
17. Mitchell, Bill: "Weblogs, A Road Back to Basics". Nieman Reports, 2003. <http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/65-68V57N3.pdf>
18. Möller, Erik: "Die heimliche Medienrevolution - Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern". 1. Auflage, Hannover, Heise Zeitschriftenverlag, S. 115-158, 2005.
19. Möller, K., Breslin, J. G., und Decker, S.: "semiBlog – Semantic Publishing of Desktop Data". In: 14th Conference on Information Systems Development (ISD2005), Sweden, 2005. <http://sw.deri.org/~knud/papers/semiBlogISD2005Word/semiBlogISD2005print.pdf>

20. Möller, K., Bojars, U. und Breslin, J. G.: "Using Semantics to Enhance the Blogging Experience". To appear in 3rd European Semantic Web Conference ([ESWC2006](#)), Budva, Montenegro, June 2006.
21. Moffat, M.: „RSS – A Primer for Publishers & Content Providers“. EEVL , Heriot-Watt University Library, Großbritannien, 2003-08-20. [http://www.techxtra.ac.uk/rss\\_primer/](http://www.techxtra.ac.uk/rss_primer/) Abgerufen am 2006-06-15.
22. Nardi, B. A., Schiano, D. J. und Gumbrecht, M.: "Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary?" In: Proceedings of the 2004 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, Chicago, Illinois, USA, November 2004. CSCW '04. ACM Press, New York, S. 222-231. <http://home.comcast.net/~diane.schiano/CSCW04.Blog.pdf>
23. Nardi, B. A., Schiano, D. J., Gumbrecht, M., and Swartz, L.: "Why we blog". Communication of the ACM 47 (12), S. 41-46, 2004. <http://doi.acm.org/10.1145/1035134.1035163>
24. Petrovic, M., Liu, H., and Jacobsen, H.: "CMS-ToPSS: efficient dissemination of RSS documents". In: Proceedings of the 31st international Conference on Very Large Data Bases, Norway, 2005. VLDB Endowment, S. 1279-1282. <http://www.vldb2005.org/program/paper/demo/p1279-petrovic.pdf>
25. Regan, Tom: "Weblogs Threaten and Inform Traditional Journalism". Nieman Reports, 2003. <http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/68-70V57N3.pdf>
26. Schiano, D. J., Nardi, B. A., Gumbrecht, M., and Swartz, L.: "Blogging by the rest of us". In: CHI '04, Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems, Austria, 2004. CHI '04. ACM Press, New York, S. 1143-1146. <http://home.comcast.net/~diane.schiano/CHI04.Blog.pdf>
27. Schmidt, Jan, Wilbers, Martin: „Wie blogge ich? Die Weblog-Umfrage 2005“. Bericht der Forschungsstelle „Neue Kommunikaitonsmedien“, Working Paper Nr. 06-01, Universität Bamberg, 2006. <http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkbericht0601.pdf>
28. The Blog Herald: „The Blog Herald Count February 2006: 200 million blogs in existence“, 2006. <http://www.blogherald.com/2006/02/02/the-blog-herald-blog-count-february-2006-200-million-blogs-in-existence/>. Abgerufen am 2006-06-01.
29. The Blog Herald: "Blog Count for July: 70 million blogs", 2005. <http://www.blogherald.com/2005/07/19/blog-count-for-july-70-million-blogs>. Abgerufen am 2006-06-01.
30. Wacka, F.: „Why blog for business?“ Malmö, Schweden. <http://www.corporateblogging.info/basics/why/default.asp>. Abgerufen am 2006-06-11.
31. Wagner, Christian: "Put another (B)Log on the Wire: Publishing Learning Logs as Weblogs". In: Journal of Information Systems Education, 14 (2), S. 131-132, 2003.
32. Wang, H.-C., Deng, Y.-S., Chiu, S., „Beyond Photoblogging – New Directions of Mobile Communication“