

Neue Medienräume, neue Öffentlichkeiten?

Eine vergleichende Analyse der Onlineaggregationsplattform
Buergerinfo09.de mit Printleitmedien zur Bundestagswahl 2009

Kurzzusammenfassung

Eine Untersuchung der
BerlinMediaProfessionalSchool
am Institut für Kultur- und Medienmanagement
Fachbereich Philosophie und Geisteswissenschaften
Freie Universität Berlin

Erstellt unter der Leitung von Prof. Dr. Klaus Siebenhaar
durch Elias Sievernich

In Kooperation mit Buergerinfo09.de - BF Blogform Social Media GmbH

Überblick

Die Untersuchung soll Hinweise auf die Fähigkeit der Netzwerkmedien zur Herstellung von Öffentlichkeit liefern. Ziel der Untersuchung ist eine Momentaufnahme des medientechnologieinduzierten Wandels der öffentlichen Sphäre im Netzwerkzeitalter. Eine vollständige Behandlung des Themas ist dabei weder möglich noch intendiert. Es geht darum, Veränderungen zu beschreiben und Möglichkeiten zukünftiger Entwicklungen abzustecken.

Zunächst wird ein theoretischer Rahmen entwickelt und anschließend die, während des Bundestagswahlkampfes 2009 durchgeführte, vergleichende Untersuchung von originären Netzwerkmedien, das heißt von Sozialen Medien, Blogs etc. und traditionellen Leitmedien ausgewertet. Als Beispiel für Netzwerkmedien wurden die auf Buergerinfo09.de aggregierten Blogs und Tweetstreams genutzt, als Beispiel für traditionelle Massenmedien wurden nationale Printleitmedien (Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurter Rundschau, Süddeutsche Zeitung, Die Welt, Neues Deutschland, die tageszeitung, BILD, Die Zeit, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Welt am Sonntag, BILD am Sonntag, Der Spiegel, Focus, Stern) ausgewertet.

Leitfrage war dabei: Welche Art wahlkampfrelevanter Informationen wurde wie und in welchen Medien verbreitet? Ergänzt wurde die Inhaltsanalyse durch eine Befragung der Nutzer von Buergerinfo09.de zu Nutzungsverhalten, -präferenzen und Einstellungen gegenüber traditionellen Massenmedien und Netzwerkmedien.

Kernergebnisse

- Die Themenagenda in den untersuchten Netzwerkmedien unterschied sich nicht wesentlich von den traditionellen Leitmedien. In Teilen wurde die Themenagenda der Netzwerkmedien sogar von den traditionellen Leitmedien bestimmt.
- Lediglich die relative Häufigkeit der Themen in den jeweiligen Mediengattungen war unterschiedlich.
- Die Netzwerkmedien boten im Vergleich zu den Printmedien einen niedrigeren Anteil an Sachinformationen und wiesen einen höheren Anteil an wertenden Informationen auf.

Im Ergebnis impliziert die Untersuchung eine Funktionstrennung von traditionellen Massenmedien und originären Netzwerkmedien: Die Bereitstellung von Informationen erfolgt nach wie vor hauptsächlich durch traditionelle Massenmedien, während sich die Netzwerkmedien als Raum für Meinungsbildungsprozesse etablieren.

Gliederung

Kapitel 1 rekurriert den Kontext der Veränderungen in unseren kommunikativen und sozialen Lebenswelten. Hier wird vor allem auf soziologische Arbeiten zurückgegriffen.

Kapitel 2 versucht, unter dem Oberbegriff Netzwerköffentlichkeit, den Strukturwandel der öffentlichen Sphäre im Netzwerkzeitalter zu umreißen.

Kapitel 3 wirft einen kritischen Blick auf das Netzwerkmediensystem.

Kapitel 4 präsentiert die Ergebnisse der vergleichenden empirischen Untersuchung. Im Vordergrund stehen der Vergleich von Netzwerkmedien und traditionellen Massenmedien sowie die Frage, ob in Deutschland bereits eine kritische Netzwerköffentlichkeit existiert. Für die Untersuchung wurden acht Hypothesen für die Existenz einer kritischen Netzwerköffentlichkeit gebildet, die anhand empirisch gemessener Indikatoren auf zwei Ebenen überprüft wurden: auf der medialen Ebene mit inhaltsanalytischen Mitteln sowie auf der Subjektebene mit Hilfe einer offenen Onlinebefragung der Nutzer von Buergerinfo09.de

Kontext

Mit internetbasierter Kommunikation wird oft die Hoffnung auf eine egalitärere und demokratischere Medienlandschaft verbunden. Dabei haben die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien Veränderungen in beinahe allen Bereichen gesellschaftlichen Lebens ermöglicht beziehungsweise bewirkt. Die Veränderungen umfassen die soziale, ökonomische und politische Sphäre. Das Mediensystem selbst ändert sich in seiner Struktur, vom System der traditionellen Massenmedien hin zu einem Netzwerkmediensystem. Von diesem Wandel ist die öffentliche Sphäre, wie auch immer man sie theoretisch-konzeptionell denkt, unmittelbar betroffen. Sie ist ebenso im Begriff einen Strukturwandel zu erfahren, denn im Netzwerkmediensystem besitzt der Einzelne weitaus größere kommunikative Autonomie als im System der traditionellen Massenmedien.

Erstens bietet das Netzwerkmediensystem einfacheren Zugang zu mehr Informationen und damit die wichtigste Grundlage fundierter individueller Meinungsbildung. Zweitens sind massenmediale Reichweiten nicht mehr auf die traditionellen Massenmedien beschränkt, sondern, zumindest in der Theorie, von Individuen zu geringen Kosten herstellbar. Drittens verändern die Netzwerktechnologien soziale Prozesse, unter Anderem vereinfachen sie die Bildung von Gruppen.

Die Struktur des Netzwerkmediensystems ermöglicht, zumindest in der Theorie, dass heute jeder beobachten, fragen, berichten und debattieren kann. Auch Feedback zwischen Elitediskursen und einer breiten Öffentlichkeit scheint möglich. Wir befinden uns also in einem

Veränderungsprozess, an dessen Ende wir Konzepte von Öffentlichkeit und Vorstellungen von gesellschaftsrelevanter Kommunikation, insbesondere zwischen Individuen und Politik, wahrscheinlich anders denken müssen als heute. Leser, Zuschauer, Hörer, Wähler und Kunden werden zunehmend zu Teilnehmern einer Konversation.

Buergerinfo09.de

Buergerinfo09.de ist eine Onlineplattform der Blogform Social Media GmbH, die Kommunikation aus sozialen und traditionellen Medien, von politischen Akteuren, Bürgern und Journalisten aggregiert; insbesondere Blogs mit unterschiedlicher politischer Ausrichtung sowie Meldungen aus dem Mikrobloggingdienst Twitter zu Spitzenpolitikern aller sechs großen Parteien.

Im Rahmen der Untersuchung wurden die auf Buergerinfo09.de aggregierten Blogposts zu wahlkampfrelevanten Themen, Parteien und Spitzenpolitikern sowie Tweets zu Angela Merkel, Horst Seehofer, Guido Westerwelle, Frank-Walter Steinmeier, Gregor Gysi und Jürgen Trittin inhaltsanalytisch erfasst und mit der Berichterstattung aus überregionalen Printleitmedien (Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurter Rundschau, Süddeutsche Zeitung, Die Welt, Neues Deutschland, die tageszeitung, BILD, Die Zeit, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Welt am Sonntag, BILD am Sonntag, Der Spiegel, Focus, Stern) verglichen.

Impressum

Projektleiter

Prof. Dr. Klaus Siebenhaar
Direktor Institut für Kultur- und Medienmanagement

Autor

Elias Sievernich
Forschungsassistent BerlinMediaProfessionalSchool

BMPS

Die BerlinMediaProfessionalSchool (BMPS) ist ein unabhängiges, transdisziplinär arbeitendes medienwissenschaftliches Kompetenzzentrum mit Einbindung in den universitären Kontext der Freien Universität Berlin, starker medienpraktischer Vernetzung und internationaler Ausrichtung. Die BMPS sieht sich den Schwerpunkten verpflichtet:

- Forum. Dialog und Diskussion zwischen Medienwissenschaft und Medienpraxis
- Forschung. Grundlagenforschung und angewandte Forschung
- Förderung. Nachwuchsförderung und professionelle Weiterbildung

Kontakt

Freie Universität Berlin
FB Philosophie und Geisteswissenschaften
Institut für Kultur- und Medienmanagement/WE 8
BerlinMediaProfessionalSchool
Habelschwerdter Allee 45
14195 Berlin

Telefon: 030/ 838 525 70
Telefax: 030/ 838 525-62
E-Mail: bmps@ikm.fu-berlin.de

<http://www.bmps.fu-berlin.de>

Direktorium:
Prof. Ernst Elitz
Prof. Dr. Klaus Siebenhaar
Prof. Dr. Klaus Beck
Moritz Müller-Wirth, M.A.
Dr. Thomas Steg

Wissenschaftliche Koordination: Dr. Steffen Damm