



Peter Schlobinski & Torsten Siever (Hrsg.)

# Sprachliche und textuelle Merkmale in Weblogs.

Ein internationales Projekt

Mit Beiträgen von Mario Franco, Marta de Gerdes,  
Małgorzata Kowalczyk, Sandro M. Moraldo, Helena Pettersson,  
Peter Schlobinski & Torsten Siever, Larissa Shchipitsina,  
Bernd Sieberg und Jia Zhu

# 46

NET.WORX

DIE ONLINE-SCHRIFTENREIHE DES PROJEKTS SPRACHE@WEB



# NET.WORX

## REDAKTION

www.mediensprache.net | [networx@mediensprache.net](mailto:networx@mediensprache.net)  
Die genauen Anschriften und E-Mail-Adressen siehe weiter unten

---

**HERAUSGEBER** Jens Runkehl, Peter Schlobinski, Torsten Siever  
**EDITORIAL-BOARD** Prof. Dr. **Jannis Androutsopoulos** (Universität Hannover) für den Bereich websprache & medienanalyse;  
Prof. Dr. **Christa Dürscheid** (Universität Zürich) für den Bereich Handysprache;  
Prof. Dr. **Nina Janich** (Technische Universität Darmstadt) für den Bereich Werbesprache;  
Prof. Dr. **Ulrich Schmitz** (Universität Essen), für den Bereich Websprache.  
**ISSN** 1619-1021  
**ANSCHRIFT** **Niedersachsen:** Universität Hannover, Deutsches Seminar, Königsworther Platz 1, 30167 Hannover  
**Hessen:** Technische Universität Darmstadt, Institut für Sprach- und Literaturwissenschaft, Hochschulstrasse 1, 64823 Darmstadt  
**Internet:** [www.mediensprache.net/networx/](http://www.mediensprache.net/networx/)  
**E-Mail:** [networx@mediensprache.net](mailto:networx@mediensprache.net)

---

## ZU DIESER ARBEIT

**AUTOR & TITEL** Schlobinski, Peter & Torsten Siever (Hrsg.): Sprachliche und textuelle Merkmale in Weblogs. Ein internationales Projekt.  
**VERSION** 1.1 (2005-01-13)  
**ZITIERWEISE** Schlobinski, Peter & Torsten Siever (Hrsg., 2005): Sprachliche und textuelle Merkmale in Weblogs. Ein internationales Projekt. <<http://www.mediensprache.net/networx/networx-46.pdf>>. In: Networx. Nr. 46. Rev. 2005-01-13. ISSN: 1619-1021.

Zitiert nach Runkehl, Jens & Torsten Siever (²2001). Das Zitat im Internet. Ein Electronic Style Guide zum Publizieren, Bibliografieren und Zitieren. Hannover.

---

## MANUSKRIPTE

**EINSENDUNG** Die Einsendung von Beiträgen und Mitteilungen sind an folgende E-Mail-Adresse zu richten: [networx@mediensprache.net](mailto:networx@mediensprache.net) oder an die Postadresse: Jens Runkehl, Institut für Sprach- und Literaturwissenschaft der Technischen Universität Darmstadt, Hochschulstrasse 1, Darmstadt.

**AUTORENHINWEIS** Mit der Annahme des Manuskripts zur Veröffentlichung in der Schriftenreihe Networx räumt der Autor dem Projekt [sprache@web](mailto:sprache@web) das zeitlich, räumlich und inhaltlich unbeschränkte Nutzungsrecht ein. Dieses beinhaltet das Recht der Nutzung und Wiedergabe. Ein Recht auf Veröffentlichung besteht nicht.

**BEGUTACHTUNG** Die Begutachtung eingesandter Beiträge wird von den Herausgebern sowie den Vertretern des Editorial Board vorgenommen.

## Networx

ist die Online-Schriftenreihe des Projekts [Sprache@web](mailto:sprache@web). Die Reihe ist eine eingetragene Publikation beim Nationalen ISSN-Zentrum der Deutschen Bibliothek in Frankfurt am Main.

---

### » Einsenden?

Möchten Sie eine eigene Arbeit bei uns veröffentlichen? Dann senden Sie uns ihren Text an folgende E-Mail-Adresse:

[networx@mediensprache.net](mailto:networx@mediensprache.net)

---

### » Homepage

Alle Arbeiten der Networx-Reihe sind kostenlos im Internet downloadbar unter:

<http://www.mediensprache.net/networx/>



---

### » Copyright

© Projekt [sprache@web](mailto:sprache@web).

Die Publikationsreihe Networx sowie alle in ihr veröffentlichten Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne ausdrückliche Zustimmung des Projekts [sprache@web](mailto:sprache@web) unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.





---

### » Informationsstand



Stand der hier angegebenen Informationen – soweit nicht anders vermerkt – ist:


01. August 2005

# HINWEISE FÜR DEN BENUTZER

Dieses Internet-Dokument ist zitierbar! Diese wichtige Eigenschaft für wissenschaftliche Dokumente wird durch den vom Projekt sprache@web erarbeiteten Leitfaden  »Das Zitat im Internet« erreicht. Die bibliografische Aufnahme für dieses Dokument ist  hier verzeichnet; einen  ShortGuide für alle wichtigen weiteren Fragen sowie nützliche Tipps zum Zitieren stehen kostenlos zum  Download zur Verfügung.

Obwohl die NET.WORX als PDF-Dokumente für die Lektüre auf Papier besonders geeignet sind, unterstützen sie als Netzarbeiten natürlich auch Hyperlinks:

-  : Link, der auf eine Textstelle innerhalb des vorliegenden Dokuments verweist. Bei einem Klick auf den Pfeil, bzw. den dahinter stehenden Begriff wird zu der entsprechenden Textstelle *innerhalb* der NET.WORX gesprungen.
-  : Link, der auf eine Quelle im Internet verweist. Wird *bei einer bestehenden Internetverbindung* auf den Pfeil, bzw. den dahinter stehenden Begriff geklickt, wird der Nutzer mit der Quelle im Internet verbunden.

Bei direkten oder indirekten Verweisen auf fremde Internetseiten («Links») gilt, dass sich das Projekt sprache@web ausdrücklich von allen Inhalten aller gelinkten/verknüpften Inhalte distanziert und auch nicht für deren Inhalt verantwortlich ist. Für illegale, fehlerhafte oder unvollständige Inhalte und insbesondere für Schäden, die aus der Nutzung oder Nichtnutzung solcherart dargebotener Informationen entstehen, haftet allein der Anbieter der Seite, auf welche verwiesen wurde, nicht derjenige, der über Links auf die jeweilige Veröffentlichung lediglich verweist. Im übrigen gelten die  Nutzungsbedingungen des Projekts sprache@web. **Bitte beachten Sie auch die Benutzungshinweise im Editorial.**

Die Herausgeber, 2005

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>EDITORIAL</b> von Peter Schlobinski & Torsten Siever	8
Weblog einrichten und betreiben .....	11
Generation Blogger? .....	14
Grundlagen und Perspektiven des Weblog-Projektes .....	18
Benutzungshinweise .....	28
<b>1 CHINESISCHE WEBLOGS</b> von Jia Zhu	30
Summary .....	30
1.1 Blogosphäre in V.R.China .....	33
1.2 Empirische Basis .....	36
1.3 (Hyper)textueller Aufbau .....	37
1.4 Sprachliche Aspekte und Merkmale .....	41
1.5 Fazit und Perspektiven .....	48
Literatur/Internetadressen .....	49
Anhang .....	50
<b>2 DEUTSCHE WEBLOGS</b> von Peter Schlobinski & Torsten Siever	52
Summary .....	52
2.1 Blogosphäre in Deutschland .....	53
2.2 Empirische Basis .....	57
2.3 (Hyper)textueller Aufbau .....	58
2.4 Sprachliche Aspekte und Merkmale .....	68
2.5 Fazit und Perspektiven .....	81
Literatur .....	83
Anhang .....	84

## INHALTSVERZEICHNIS

---

<b>3 ENGLISCHE WEBLOGS (US) von Marta de Gerdes</b>	<b>86</b>
Summary .....	86
3.1 Blogosphere in the United States .....	87
3.2 Data collection .....	95
3.3 Hypertextual structure .....	99
3.4 Linguistic attributes and issues .....	107
3.5 Conclusions and perspectives .....	123
References/Internet addresses .....	127
Annex .....	129
<b>4 ITALIENISCHE WEBLOGS von Sandro M. Moraldo</b>	<b>131</b>
Summary .....	131
4.1 Blogosphäre in Italien .....	132
4.2 Empirische Basis .....	140
4.3 (Hyper)textueller Aufbau .....	141
4.4 Sprachliche Aspekte und Merkmale .....	152
4.5 Fazit und Perspektiven .....	161
Literatur/Internetadressen .....	162
Anhang .....	164
<b>5 POLNISCHE WEBLOGS von Małgorzata Kowalczyk</b>	<b>166</b>
Summary .....	166
5.1 Blogosphäre in Polen .....	167
5.2 Empirische Basis .....	173
5.3 (Hyper)textueller Aufbau .....	174
5.4 Sprachliche Aspekte und Merkmale .....	181
5.5 Fazit und Perspektiven .....	193
Literatur/Internetadressen .....	195
Anhang .....	196

<b>6</b>	<b>PORTUGIESISCHE WEBLOGS</b> von Bernd Sieberg	<b>198</b>
	Summary .....	198
6.1	Blogosphäre in Portugal .....	199
6.2	Empirische Basis .....	202
6.3	(Hyper)textueller Aufbau .....	203
6.4	Sprachliche Aspekte und Merkmale .....	206
6.5	Fazit und Perspektiven .....	219
	Literatur .....	221
	Anhang .....	222
<b>7</b>	<b>RUSSISCHE WEBLOGS</b> von Larissa Shchipitsina	<b>225</b>
	Summary .....	225
7.1	Blogosphäre in Russland .....	226
7.2	Empirische Basis .....	230
7.3	(Hyper)textueller Aufbau .....	231
7.4	Sprachliche Aspekte und Merkmale .....	238
7.5	Fazit und Perspektiven .....	254
	Literatur/Internetadressen .....	255
	Anhang .....	257
<b>8</b>	<b>SCHWEDISCHE WEBLOGS</b> von Helena Pettersson	<b>259</b>
	Summary .....	259
8.1	Blogosphäre in Schweden .....	259
8.2	Empirische Basis .....	264
8.3	(Hyper)textueller Aufbau .....	265
8.4	Sprachliche Aspekte und Merkmale .....	271
8.5	Fazit und Perspektiven .....	284
	Literatur/Internetadressen .....	285
	Anhang .....	286

## INHALTSVERZEICHNIS

---

<b>9</b>	<b>SPANISCHE WEBLOGS</b> von Mario Franco	<b>288</b>
	Summary .....	288
9.1	Blogosphäre in Spanien .....	289
9.2	Empirische Basis .....	293
9.3	(Hyper)textueller Aufbau .....	294
9.4	Sprachliche Aspekte und Merkmale .....	300
9.5	Fazit und Perspektiven .....	314
	Literatur/Internetadressen .....	316
	Anhang .....	318
	<b>ANHANG A: NETLINKS</b>	<b>320</b>
	<b>ANHANG B: LEXIKON</b>	<b>324</b>
	<b>ALLE NETWORKX-ARBEITEN IM ÜBERBLICK</b>	<b>328</b>

## EDITORIAL ZUM PROJEKT ›SPRACHLICHE UND TEXTUELLE ASPEKTE IN WEBLOGS‹

Das Weblog-Projekt ›Sprachliche und textuelle Aspekte in Weblogs‹ hat sich das Ziel gesetzt, in sprach- und kulturvergleichender Perspektive textuelle und sprachliche Aspekte der relativ jungen Online-Kommunikationsform des ›Weblogging‹ bzw. ›Blogging‹ zu erhellen. Was unter einem Weblog zu verstehen ist, darüber gibt es unterschiedliche Meinungen<sup>1</sup>. Unter medienhistorischen Gesichtspunkten können Weblogs als eine logische Konsequenz aus der bisherigen Internetentwicklung begriffen werden: »Nachdem die interaktiven Kommunikationsmöglichkeiten bislang weitgehend auf Foren, Chaträume, Newsgroups und Mailsysteme beschränkt blieben, sind sie nun in das WWW selbst integriert, das bisher von den Push-Angeboten der klassischen Massenmedien, der Politik, der Wirtschaftsunternehmen und der großen Online-Dienste beherrscht war. Weblogs werden deshalb auch als Open-Source-Journalismus, als Graswurzel-Journalismus oder als ›Desktop broadcasting‹ [...] bezeichnet« (Bucher 2005: 203). Grundlegend handelt es sich bei einem Weblog »um eine [anfangs überwiegend, d.V.] persönliche Website, auf der Texte, Bilder, Links und verschiedene Dokumente [...] und Multimedia-Files veröffentlicht werden können. Die in den Einträgen enthaltenen Texte verweisen häufig – durch Verlinkungen und dazugehörige Kommentare – auf andere Artikel im Internet«

---

<sup>1</sup> <http://www.tzwaen.com/publikationen/weblogs-definitionen/>



(Traunmüller 2003: 15). Ein *Weblog* oder *Blog* ist medial in erster Linie ein Textmedium und technisch eine dynamische Website, die automatisch und mehr oder weniger periodisch neue Einträge entlang einer Zeitachse enthält. Neue Einträge stehen an oberster Stelle, ältere folgen in umgekehrt chronologischer Reihenfolge, alte werden in der Regel über ein Kalender- oder Monatsarchiv zugänglich gemacht. Die Struktur hat für den Rezipienten mehrere Vorteile: »Having the freshest information at the top of the page does a few things: as readers, it gives a sense of immediacy with no effort on our part. We don't have to scan the page, looking for what's new or what's been changed. If content has been added since our last visit, it's easy to see as soon as the page loads. Additionally, the newest information at the top (coupled with its time stamps and sense of immediacy) sets the expectation of updates, an expectation reinforced by our return visits to see if there's something new. Weblogs demonstrate that time is important by the very nature in which they present their information. As weblog readers, we respond with frequent visits, and we are rewarded with fresh content« (Hourihan 2002). Aus der Anbieterperspektive lassen sich Weblogs in nahezu allen Bereichen einsetzen und entsprechend gibt es Weblogs unterschiedlichster Art: das Weblog als klassisches Tagebuch, Community-Plattform, Nachrichten-Ticker, PR-Instrument usw. Sofern es ein prototypisches Weblog gibt, handelt es sich dabei um eine persönliche Website eines Autors<sup>2</sup>, auf der Texte, Bilder und andere multimodale Elemente im Hinblick auf einen spezifischen thematischen Bereich (Monothematizität) veröffentlicht werden. Weblogs »sind chronologisch gegliederte Journale, also liegt es nahe, sie mit Tagebüchern zu vergleichen. Sie enthalten oft News und Klatsch, also bietet sich das Gleichsetzen mit Web-Magazinen an. Nur eben kleiner. Mini-Journale? Mikro-Journalismus? Das Problem an all diesen Analogien: Es sind Analogien. Sie sind auf den ersten Blick zutreffend, beschreiben aber nur einen kleinen Teil der Wahrheit. Selbst ein

---

<sup>2</sup> Mittlerweile haben jedoch auch viele professionelle redaktionelle Angebote Blogs implementiert (z.B. Spiegel online, Zeit, ARD, Verbände).

Online-Tagebuch, das von Zahnarztbesuchen und Katzengeschichten handelt, ist etwas grundlegend anderes, als ein Diarium aus Papier« (Sixtus 2005a)<sup>3</sup>. Ein Blog ist schon für Privatpersonen mehr als ein persönliches Tagebuch: »Ein Rednerpult. Ein Raum für Zusammenarbeit. Eine politische Bühne. Ein Ventil für Nachrichten. Eine Sammlung interessanter Links. Ihre ganz privaten Gedanken. Notizen für die Welt.« (<http://www.blogger.com/tour-start.g>). Neben den Parametern »Individualität«<sup>4</sup> und »Archivierung« ist der Faktor »Vernetzung« von zentraler, konstitutiver Bedeutung. Über die Verlinkung eines Blogs mit anderen, über den Linkaustausch in Form eines Web-Ringes und mithilfe spezieller Blog-Features wie Trackback oder Pingback entsteht ein komplexes Netzwerk, das als *Blogosphäre* bekannt ist. Ob man von einer Blogosphäre sprechen kann, sei dahingestellt, denn es »existieren abertausende Communities, die locker untereinander vernetzt sind und deren Grenzen sich überlagern. Gerade diese Heterogenität ist der Grund dafür, dass sich Informationen bisweilen in Flächenbrandgeschwindigkeit verbreiten« (Sixtus 2005b: 149). Indem jeder User mit Hilfe einer einfachen technischen Plattform auf seinem eigenen Weblog seine Meinung verbreiten oder diese durch Kommentierung von Postings anderer Weblogs begeben kann, wird er Teil eines Informationsnetzes, das zunehmend als Ergänzung oder als Konkurrenz im Hinblick auf klassische Medienangebote zu sehen ist.

Mit dem Beginn der Weblog-Ära 1997<sup>5</sup> begann eine dynamische Entwicklung des Blogging. Ende 1998 bezeichneten rund 30 User ihre Website als Weblog (Fikisz 2004: 26), heute existieren weltweit ca. 70 Millionen Weblogs<sup>6</sup> und zunehmend findet eine Kommerzialisierung des Blogging statt. AOL hat den 85 Blogs hostenden

---

<sup>3</sup> [http://www.sixtus.net/entry/364\\_0\\_1\\_0\\_C/](http://www.sixtus.net/entry/364_0_1_0_C/)

<sup>4</sup> Das Besondere des Medienformats Weblog sieht Schönberger (2005: 284) in den »intensivierten Partizipationsmöglichkeiten disperser Nutzerinnen und Nutzer an der Medienöffentlichkeit«.

<sup>5</sup> Der Begriff »Weblog«, eine Wortkreuzung aus *web* und *logbook*, wurde erstmals 1997 verwendet, allerdings wird die Einrichtung des ersten Weblogs Anfang der 90er Jahre Tim Berners-Lee, dem »Erfinder« des WWW, zugeschrieben.

<sup>6</sup> <http://www.blogherald.com/2005/07/19/blog-count-for-july-70-million-blogs/> <2005-10-05>

Blog-Netzwerk-Betreiber »Weblogs Inc.« aus Santa Monica für eine geschätzte Kaufsumme von 20 bis 30 Millionen US-Dollar übernommen<sup>7</sup>, und Google startet einen webbasierten Newsfeed-Reader, der als Beta-Version vorliegt<sup>8</sup>.

### Weblog einrichten und betreiben

Googles Interesse an Weblogs beschränkt sich keinesfalls auf einen webbasierten RSS-Reader oder eine Suche über die explodierende Anzahl an Weblogs. Google selbst gehört auch zu den größten Weblog-Hostern der Welt, seitdem sie »Blogger« von der Firma Pyra Labs im Jahre 2002 aufgekauft haben und jedem Internetnutzer einen oder mehrere Blogs kostenlos zur Verfügung stellen. Voraussetzung ist eine E-Mail-Adresse und ein Cookie-aktivierter Browser, um unter [www.blogger.com](http://www.blogger.com) binnen weniger Minuten ein Weblog einrichten zu können (es gibt zahlreiche Alternativen wie z.B. <http://blogg.de/>). Für die Erstellung durchläuft der Erstellende ähnliche Abläufe wie bei anderen Weblog-Hostern: Nach der Erstellung eines Benutzerkontos mit Benutzername, Passwort, Nickname und E-Mail-Adresse (Schritt 1) muss dem Weblog ein einmaliger Name gegeben werden sowie eine ebenso unikale Subdomain unterhalb von [blogspot.com](http://blogspot.com) (Schritt 2; Bsp.: [xyz.blogspot.com](http://xyz.blogspot.com)).<sup>9</sup>

Im dritten und bereits letzten Schritt kann aus einer übersichtlichen Auswahl an Layouts ein passendes ausgewählt werden. Nach diesen Verrichtungen wird das Weblog auch schon erstellt und es ist bereit für das erste Posting, das mittels eines Rich-Text-Editors – und bei einer vorhandenen Word-Installation dank eines verfügbaren Plug-ins auch potenziell dort – bequem erstellt werden kann (s. Abb. 1)

Da es nur *eine* Art von Eintrag gibt und hierbei keine Untertypen, ist es auch nicht erforderlich, Vorlagen (Templates) auszuwählen und Verzeichnisse, Dateina-

---

<sup>7</sup> <http://www.mediensprache.net/de/news/show/200510081652.aspx>

<sup>8</sup> <http://www.google.com/reader/>

<sup>9</sup> Der Weblog kann auch unter einer eigenen Domain betrieben werden, was allerdings mit einem anderen Ort des Hostens verbunden ist.

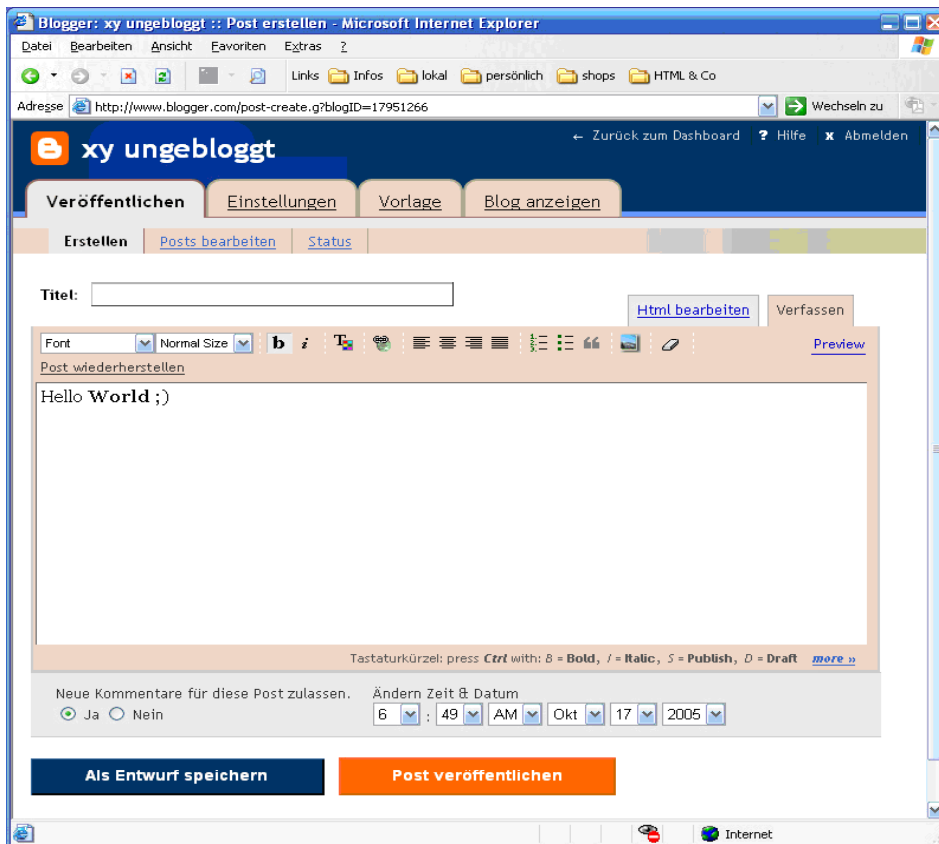


Abb. 1: Erstellen eines Eintrags bei Blogger.com

men, Seitentitel oder Metatags anzugeben, sondern lediglich eine Überschrift und den Fließtext zu bestimmen.

Das grundsätzliche Layout musste zwar bei der Einrichtung festgelegt werden, kann aber jederzeit durch ein anderes ersetzt werden oder im Detail verändert werden. Hierzu gibt es eine HTML-Ansicht der Vorlage, in die die Datenbankinhalte eingelassen werden. Sie umfasst die vollständige HTML-Vorlagedatei inkl. Head und CSS-Bereich, sodass ein versierter Benutzer sämtliche Anordnungen und Formatierungen bis ins Detail anpassen kann. So erklärt es sich, dass Blogs wie die der Zeit und der Wirtschaftswoche zwar über Blogg.de editiert werden, aber das Layout dennoch an das der jeweiligen Website angepasst ist.

Blogger bietet über die Standardfunktionen hinaus weitere Möglichkeiten zur alternativen Generierung von Inhalt. So lassen sich etwa von unterwegs mittels Handy und ggf. integrierter Kamera mobil Einträge erzeugen (Moblogging) oder per Telefon ein Audio-Eintrag dadurch erzeugen, dass der ins Telefon gesprochene Text von einem Server in eine MP3-Datei umgewandelt und im Weblog publiziert wird. Darüber hinaus stehen Funktionen für Kollektiv-Blogs (CommunityBlogs) zur Verfügung. So lassen sich weitere Personen zum Bloggen einladen, die nach erfolgter Anmeldung und Annahme der Einladung ebenfalls – je nach eingeräumten Rechten – Beiträge und Kommentare ergänzen, bearbeiten oder löschen und sogar Veränderungen am Layout vornehmen können.

Gerät der erste Weblog außer Kontrolle oder stellt sich die Blog-Bezeichnung als dem Thema nicht angemessen heraus, lassen sich weitere Weblogs in nur zwei Schritten (s. oben: Schritt 2 und 3), also in noch kürzerer Zeit einrichten als der erste. Zu beachten gibt es insofern beim ersten und weiteren Erkunden nicht viel. Lediglich die E-Mail-Adresse sollte für Einladungen eine gültige sein.

Aus eben dieser Leichtigkeit ergibt sich offenkundig der Erfolg der Weblogs. Während die erste eigene Homepage vor wenigen Jahren noch mit einer Domain-reservierung und vorerst einer leeren oder Baustellen-Seite des Providers begann, die mittels antiquiertem FTP-Client mit Seiten zu überschreiben war, die mit Hilfe eines weiteren Programms, einem Webeditor, mühsam generiert (und womöglich auf einem privaten Webserver getestet) werden musste, müssen Teile dieser Arbeit gar nicht, die anderen bequem per Browser aus dem CIP-Pool, dem Internet-Cafe, von Zuhause oder unterwegs per Handy erledigt werden. Dank des kleinen Content-Management-Systems (CMS) bedarf es weder HTML-Kenntnissen noch finanzieller Mittel. Ein Weblog darf daher nicht nur als komfortabel in Bezug auf Verwaltung, Pflege und Nutzung gelten, sondern auch als barrierefrei.

## Generation Blogger?

Mit dem Anwachsen der Blogosphäre geht eine öffentliche Diskussion um die neue Kommunikationsform und eine medienwissenschaftliche Beschäftigung mit dem Thema einher. Insbesondere die Schnittstelle Journalismus/Weblogging ist Gegenstand medienwissenschaftlicher Diskussionen. In Bezug auf textlinguistische und sprachwissenschaftliche Fragestellungen liegen indes bis auf wenige erste Pilotstudien<sup>10</sup> bisher keine fundierten Forschungsarbeiten vor, obwohl die Entwicklung der Weblogs einen exponentiellen Verlauf genommen<sup>11</sup> (vgl. Abb. 2, 3) und eine hohe gesellschaftliche Bedeutung eingenommen hat, zumal Blogging als eine erste Welle

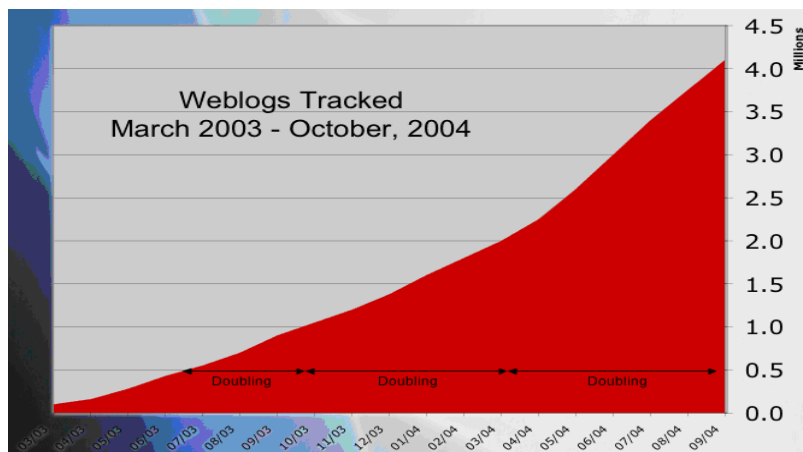


Abb. 2: Weblog-Entwicklung weltweit<sup>12</sup>

»of an age of online personal publishing« (Blood 2003: 62) betrachtet werden kann. Das französische Magazin *Liberation* postulierte 2004 bereits »La Blog génération« und von Koch/Haarland (2004) gibt es ein Buch mit dem bezeichnenden Titel »Generation Blogger«.

<sup>10</sup> Hier ist hervorzuheben die Arbeit von Huffacker (2004).

<sup>11</sup> »Während in den USA der erste Boom von Weblogs 1999 [...] startete [...], dauerte es bis 2003, ehe eine Welle von Blog-Hostern Deutschland erreichte« (Pahl 2004: 319).

<sup>12</sup> [http://www.clickz.com/stats/sectors/traffic\\_patterns/article.php/3438891](http://www.clickz.com/stats/sectors/traffic_patterns/article.php/3438891)

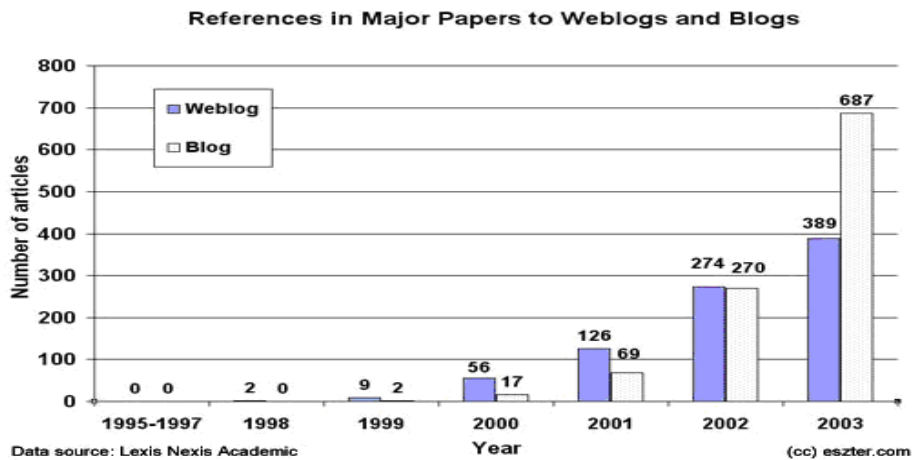


Abb. 3: Referenzen in Zeitschriften auf Weblogs

Nach einer Studie von PEW/Internet<sup>13</sup> hat nicht nur die Zahl derjenigen Interneter in den USA in 2004 stark zugenommen, die Blogs betreiben, sondern und vor allem auch die der Leser:

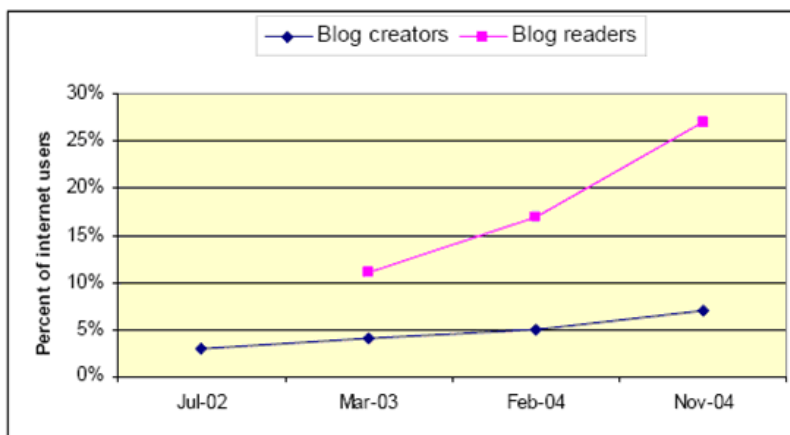


Abb. 4: Internetuser und Blogging

Alle Untersuchungen zeigen, dass der Anstieg des Weblogging in den letzten Jahren extrem stark und ein Ende dieser Entwicklung nicht abzusehen ist. Den Erfolg von Weblogs sieht Orihuela (2003) in folgenden Punkten (vgl. auch Fikisz 2004: 29):

<sup>13</sup> [http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_blogging\\_data.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_blogging_data.pdf)

- vom passiven Publikum zum aktiven User,
- von Medien zum Inhalt,
- von Monomedien zu Multimedia,
- von periodischem Erscheinen zu Echtzeit,
- von Knappheit zu Überfluss,
- von »Redaktions-vermittelt« zu direkt,
- von Distribution zu Zugang (der User sucht, surft, navigiert und entscheidet selbst),
- von Einweg-Kommunikation zu Interaktivität,
- von linear zu Hypertext und schließlich
- von Daten zu Wissen.

Die Verknüpfung von schneller computerbasierter Kommunikation und Hypertexttechnologie, verbunden mit der Demokratisierung der »Ware« Information, ist der ausschlaggebende Faktor für die Entwicklung des Massenmediums Weblog als Medium für die Massen. Informieren – Publizieren – Vernetzen: dies sind die drei Antriebsfaktoren der Weblog-Entwicklung. Das Blogging ist die Fortsetzung der Kultur der realen Virtualität und computerbasierter Kommunikationsstrukturen mit demokratischen Mitteln, so sehen es nicht wenige, die die Weblogs als größte Erfindung seit Gutenberg sehen, denn die Blogtechnik ermöglicht es den Menschen, »ihre eigenen Inhalte ins Web zu stellen und damit zu informieren und weltweit an der eigenen Expertise teilhaben zu lassen« (Koch/Haarland 2004: 224). Es sei dahingestellt, ob der Vergleich mit der Erfindung des Buchdrucks trägt. Richtig jedoch ist: Weblogs demokratisieren Information und Wissen in neuer Qualität und Quantität und verändern somit Zugang, Kontrolle und Wert von Information. Insbesondere die Qualität und damit die Auswirkungen auf den Journalismus ist bislang nur angedacht worden. Zwar bieten Weblogs – insbesondere durch CM-Systeme und mobile Kommunikation – Informationen vom Ort der Geschehnisse, wenn es



etwa um den zweiten Golfkrieg (Warblogs) oder die terroristischen Anschläge der letzten Jahre geht. Augenzeugen können direkt vom Ort Text und Bild festhalten, wobei Emotionen nicht nur erlaubt sind, sondern auch erwünscht scheinen. Doch eine qualitativ-kontrollierende Instanz wie beim (professionellen) Journalismus fehlt in der Regel. Nur allmählich richtet dieser eigene Weblogs ein, die in einem gewissen Sinne – wie die privaten – eine Konkurrenz für das Druckwerk darstellen. Der persönliche Blick auf die Dinge, die kurze und aktuelle Information, die Untermauerung und Aktualisierung durch Bild und Ton und neue Texte sowie die suggerierte oder reale Möglichkeit, Einfluss auf den Weblog durch Kommentare zu nehmen, schaffen dem klassischen Journalismus im Sinne einer gedruckten Zeitung nach dem WWW eine weitere Konkurrenz. Darüber hinaus vermögen die Rezipienten nunmehr eine Gegenöffentlichkeit darzustellen, die bislang über Gästebücher oder gar Leserbriefe kaum herzustellen war. Insbesondere durch Verlinkung und Gegenverlinkung (Trackback) ergeben sich binnen Minuten riesige Netzwerke. Diese Erfahrung mussten bereits Politiker und Unternehmen schmerzlich machen, die durch Weblogs zurücktreten oder Rückrufaktionen einleiten mussten (vgl. hierzu näher Sixtus 2005b: 150f.). Seitens der kritischen Sicht auf journalistische Angebote wäre hier vor allem der BILDblog zu nennen, der zwar professionell, aber unabhängig von einer Agentur oder Redaktion einen kritischen Blick auf die Bild-Zeitung wirft.

Die Veränderung von Kommunikationsstrukturen vor dem Hintergrund einer neuen Kommunikationsform findet seinen Niederschlag auch auf der sprachlichen Ebene. Hier stellt sich die Frage, in welchem Maße sprachliche Kodierungen von der Kommunikationsform Weblog bestimmt sind. Die medial bedingten Schreibpraxen sind auf der Folie schriftsprachlicher Normierung zu sehen, sie ersetzen nicht das standardisierte Schriftsystem, bilden sich aber in Konkurrenz und quasi als Parallelsysteme aus. Aus bisherigen Untersuchungen zur computervermittelten

Kommunikationsformen lassen sich gegenwärtig folgende Tendenzen festhalten (vgl. Schlobinski 2005):

- Die multimedialen Formate im Internet führen zu einer Neubestimmung der Funktion von Schrift und Bild: In zunehmendem Maße werden Objekte und Verhältnisse in der Welt durch (bewegte) Bilder dargestellt.
- Es entstehen funktionale Schriftvarianten, die sich in Konkurrenz und als Substandard zu Standardisierungs- und Normierungsprozessen ausbilden.
- Destandardisierungsphänomene in schriftbasierter Kommunikation durch Rückkopplungseffekte aus der gesprochenen Sprache (Umgangssprachen, Dialekte) nehmen zu.
- Schrift wird gebraucht für quasi-synchrone Interaktion.
- Es entstehen hybride Schriftstrukturen aus Semogrammen und Alphabetschriften (oder auch Silben- bzw. Morphemschriften).

Ausgehend von diesen Tendenzen gilt es zu prüfen, welche funktionalen Schriftvarianten sich in Weblogs finden lassen und wie diese gegenüber Standardnormen zu sehen sind. Aufgrund der Heterogenität der Weblogs und zahlreichen außersprachlichen Faktoren wie Intention des Bloggers, Thema des Blogs, professioneller versus individueller Anbieter, Zielpublikum etc. ist eine entsprechend große sprachliche Variationsbreite zu erwarten.

## Grundlagen und Perspektiven des Weblog-Projektes

Im vorliegenden Projekt wurde die Idee verfolgt – und dies war ein wichtiger Ansatzpunkt –, über die Ausschreibung des Projektes auf unserer Website [mediensprache.net](http://www.mediensprache.net) ein internationales Networking-Projekt in Form kollaborativen Arbeitens in Gang zu setzen. Im Frühjahr des Jahres 2005 erfolgte die Ausschreibung und fol-

gende Teilnehmer mit ihren unterschiedlichen Muttersprachen und Sprachkulturen haben an dem Projekt teilgenommen:<sup>14</sup>

- Chinesisch Jia Zhu
- Deutsch Peter Schlobinski/Torsten Siever
- Englisch (USA) Marta de Gerdes
- Italienisch Sandro Moraldo
- Polnisch Malgorzata Kowalczyk
- Portugiesisch Bernd Sieberg
- Russisch Larissa Shchipitsina
- Schwedisch Helena Pettersson
- Spanisch Mario Franco

In einem geschützten Bereich auf der [mediensprache.net](http://mediensprache.net)-Site wurden Informationen (Literatur, Links, Rahmenbedingungen zur Publikation) zur Verfügung gestellt sowie Analyseraster in Form von Excel-Tabellen zu sprachlichen und textuellen Merkmalen, die zur Diskussion gestellt und überarbeitet wurden, so dass schließlich folgende Endfassung vorlag:

## SPRACHANALYSE

### I Orthographie

#### I.1 Standardschreibung

#### I.2 Konsequente Kleinschreibung

#### I.3 Konsequente Großschreibung

#### I.4 Satzinitiale Großschreibung

#### I.5 Hybridschreibung

#### I.6 Zusammenschreibung (ErKamAus)

---

<sup>14</sup> Wir möchten an dieser Stelle allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern danken und meinen, dass dieses Pilot-projekt ohne die internetbasierte Plattform nicht (so effizient) hätte realisiert werden können, so dass diese Form des kollaborativen Arbeitens ein für uns erfolgreiches und erfreuliches wie zukunftsprägendes Ergebnis darstellt.

I.7 Hervorhebung durch Großschreibung (Ich SCHREIE)

I.8 Tippfehler

I.9 Fortfall von Akzenten

I.10 Anders

### **II Gesprochene Umgangssprache**

II.1 Tilgungen (nich, hab, nen)

II.2 Assimilation (ham)

II.3 Klitisierung (fürs, aufm)

II.4 Gesprächspartikeln

II.5 Anders (z.B. wieda)

### **III Wörter**

III.1 Dialekt (gell)

III.2 Umgangssprache (Scheiße)

III.3 Anglizismen (hi, cool)

III.4 Andere Fremdwörter

III.5 Inflektive (heul, grins)

III.6 Sonstige (bl bl bl)

### **IV Abkürzungen**

IV.1 Namen

a Personennamen

b Städtenamen

IV.2 Funktionswörter

a Artikel (der)

b Präpositionen (auf)

c Pronomen (ich)

d Konjunktion (und)

IV.3 Andere Wörter (grins)

IV.4 Zusammensetzungen (Butterbrot, Statistik-V.)

IV.5 Wortgruppen (hab dich lieb)

IV.6 Sonstige

### **V Syntax**

V.1 Einfacher Satz

V.2 Ellipse

V.3 Koordinierter Satz

V.4 Subordinierter Satz

### **VI Graphostilistik**

VI.1 Smileys

VI.2 Iteration (naaaabend!!)

VI.3 Homophonie (n8)

VI.4 Lautnahe Graphie (froi)

VI.5 Andere

### **VII Interaktion**

VII.1 Wiederaufnahme (auch externer Postings)

VIII Länge der Einträge

VIII.1 Anzahl der Wörter

## **HYPER(TEXTUELLE) ANALYSE**

### **I Grundlegend**

I.1 Blogbezeichnung

I.2 moderiert (i.d.R. nur bei professionellen ausgewiesen)

### **II Interaktive Elemente**

II.1 Kommentierung

II.2 Gästebuch

II.3 Umfragen

### II.4 Layoutveränderung (Skins)

### II.5 Suche

## III Navigation

### III.1 Layout (Navigations-/Content-Anordnung)<sup>15</sup>

### III.2 Kalender-Element<sup>16</sup>

### III.3 Links auf externe Inhalte

III.4 Rubrik-Bezeichnungen bei der Navigation, z.B. Photogalerie, Links, Archiv, Impressum.

## IV Weitere Elemente

### IV.1 Private Informationen

IV.2 Eigen-PR, d.h. Buttons/Banner zum Einbinden und Empfehlen, RSS etc.

IV.3 Einbindung externer Inhalte, z.B. Wetter (Wetter.com), Newsticker etc.

## V Postings

V.1 Kategorien in die die Autoren ihre Postings einordnen (falls möglich)

V.2 Text-Bild-Bezug auf gesamten Weblog bezogen: bildlastig, textlastig, Nur-Text o.Ä.

V.2 # 1 ... # Text-Bild-Bezug ja Beitrag (Kongruenz, Komplementarität etc.)

Dieses Basisraster wurde ausgehend vom Deutschen und bisherigen Untersuchungen zu anderen computerbasierten Kommunikationsformen entwickelt und musste im Hinblick auf andere Sprachen und Schriftsysteme modifiziert werden. So kann ein Begriff wie Inflektiv nicht auf das Chinesische oder eine Differenzierung in Groß- und Kleinschreibung nicht auf das Sinographensystem angewandt werden. Andererseits gibt es im Chinesischen andere Phänomene, so dass das Basisraster

---

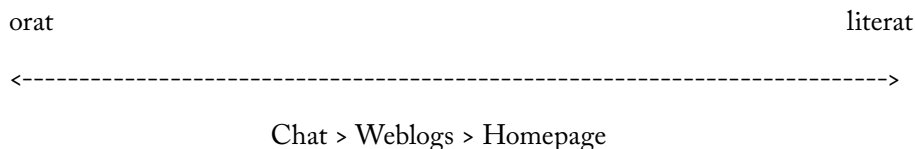
<sup>15</sup> Klassische Verteilung: oben/links/rechts mit Basisnavigation (oben), Hauptnavigation mit Subelementen (links) und kontextsensitiver Navigation (rechts); z.T. wird auf rechts, links oder oben verzichtet oder vom Grundschema abgewichen.

<sup>16</sup> Tage, an denen Postings vorgenommen wurden, sind in einem Kalender markiert und lassen sich anwählen; teilweise als Archiv realisiert, teils fehlend.

entsprechend sprachspezifisch angepasst werden musste (s. die Beiträge im Einzelnen).

Für die Diskussion des Basisrasters und anderer Fragestellungen wurde als Diskussionsplattform ein ›Forum‹ eingerichtet, das intensiv genutzt wurde und die aufwändigere Kommunikation via E-Mail auf ein Minimum reduzieren ließ. Die sukzessiv fertig gestellten Analysen wurden im geschützten Bereich zur Diskussion gestellt, so dass bis zum Ende des Projektes ein vernetztes Arbeiten erfolgte. Als Basiskorpus wurden 30 Weblogs mit mind. 4000 Zeichen pro Blog festgelegt. Die Analysephase war Ende August abgeschlossen, die einzelnen Beiträge gingen zwischen Ende September und Mitte November ein und wurden nach Eingang als Download zur Verfügung gestellt.

Die Einzelergebnisse finden sich in den Beiträgen, die in dieser Networx versammelt sind. Für alle Beiträge stellte sich das Spannungsverhältnis von oraten zu literaten Strukturen als zentral dar. In Bezug auf Chatkommunikation und klassische Homepages lassen sich Weblogs im Hinblick auf orate Strukturen wie folgt einordnen:



Es ist dies nur ein grobes Klassifizierungsraster, das durch operationalisierte Verfahren zu präzisieren wäre. Mario Franco hat in seinem Beitrag versucht, über Quantifizierung eine Indexbildung für orate Strukturen vorzunehmen und damit das Koch/Oesterreicher-Modell zu präzisieren. Die damit verbundenen Schwierigkeiten wollen wir zum Anlass nehmen, grundsätzlich über eine entsprechende

Indexbildung nachzudenken<sup>17</sup>. Wir gehen davon aus, dass durch eine bestimmte Anzahl von Merkmalen orate Strukturen definiert werden können; das Problem der Bestimmung der einzelnen Merkmale interessiert an dieser Stelle nicht. Allerdings ist für die Indexbildung, dem arithmetischen Mittel klassischerweise, relevant, mit welchem Gewicht jedes einzelne Merkmal konstitutiv in den Index einfließt. Verdeutlichen wir dies an einem einfachen Beispiel. Der Satz (a) ›Ham wir nen Pech, so'ne Scheiße!‹, weist 1. eine assimilierte Form auf, 2. eine Tilgung und 3. einen umgangssprachlichen Ausdruck. Verändern wir die drei Merkmale

- (a) ›Ham wir ein Pech, so'ne Scheiße!‹
- (b) ›Haben wir ein Pech, so'ne Scheiße!‹
- (c) ›Haben wir ein Pech, so eine Scheiße!‹
- (d) ›Ham wir ein Pech, so ein Ärger!‹
- (e) ›Ham wir ein Pech, so'n Ärger!‹
- (f) ›Ham wir ein Pech, so'ne Scheiße!‹
- (g) ›Haben wir ein Pech, so ein Ärger!‹

so stellt sich die Frage, ob alle Sätze im Hinblick auf Oralität gleich zu gewichten sind. Wir haben dies hier nicht getestet, aber es scheint plausibel, dass im Sinne einer Schwerehierarchie unterschiedliche sprachliche Mittel mit ggf. unterschiedlichem Gewicht in einen Index einfließen – so sind in einer Gewichtshierarchie bezogen auf die oberen Faktoren Assimilierung/Lexik stärker zu gewichten als die Tilgung. Solche Gewichtungen wären in jedem Falle zu testen, bevor ein Index konstruiert wird. Neben den Gewichtungen der Faktoren untereinander besteht das Problem der Bestimmung der Gesamtanzahl der Beobachtungswerte (n) bei der Bildung des arithmetischen Mittels. Sollte diese Anzahl für alle einzelnen arithmetischen Mittel, also für die der Ellipse, Assimilationen etc., eine gleich Basis haben, so kommt nur

---

<sup>17</sup> Peter Schlobinski hat mit Mario Franco im Einzelnen über die Probleme gesprochen und der folgende Problemanriss ist mit ihm abgesprochen. Die Probleme, die sich Marin Franco in seinem Beitrag stellen, sind in allen bisherigen Untersuchungen vernachlässigt worden.



die Anzahl der Zeichen in Frage. Man würde den Gesamtindex also so bilden, dass alle arithmetischen Mittel der Einzelparameter bezogen werden auf die Gesamtanzahl der Zeichenmenge. Es stellt sich hier die Frage, ob dies ein sinnvolles Vorgehen ist<sup>18</sup>. Nehmen wir zwei Texte A und B gleichen Umfangs an und es interessierten uns Assimilationsphänomene. In Text A kommen 30 mögliche Positionen vor, die assimiliert werden können und auch assimiliert werden, in Text B 200 mögliche Positionen, von denen 70 assimiliert werden. In Text A liegen also in Bezug auf die Gesamtzeichenzahl weniger Assimilationen vor als in Text B, obwohl bezogen auf mögliche Assimilationen in Text A eine hundertprozentige Realisierung gegeben ist, in Text B von 35%. Also bilden wir das arithmetische Mittel jeweils bezogen auf den Einzelparameter: für lexikalische Elemente die Menge der Lexeme, für elliptische Strukturen die Menge der (möglichen) Sätze, für Tilgungen die Menge der (möglichen) Vollformen. Auch hier liegen die Probleme im Detail: Bei elliptischen Strukturen muss vorausgesetzt werden, dass *eine* Vollform rekonstruiert werden kann, angesichts der notorischen Definitionsschwierigkeiten von Ellipsen kein triviales Problem. Auf der Wortebene stellt sich die Frage, ob, wenn wir beispielsweise Adjektive untersuchen, nicht auch nur Adjektive betrachtet werden müssen usw. Die hier andiskutierten Probleme sind nicht neu und prinzipiell lösbar, sie müssen allerdings reflektiert werden. So einleuchtend der Ruf nach einer Operationalisierung des Koch/Oesterreicher-Modells ist, die konkrete Umsetzung erfordert eine Menge an substanzwissenschaftlicher *und* statistischer Arbeit.

Ein anderer Punkt betrifft die Schnittstelle Empirie/theoretische Modellierung. In Schlobinski (2005) ist argumentiert worden, dass die Schreibvarianten <haben>, <hab'n>, <ham> optimalitätstheoretisch wie folgt erfasst werden können, denn Konkurrenzschreibungen lassen sich im Rahmen der Optimalitätstheorie präziser begreifen. Bei dem Wort <haben> liegt als orthographischer Input der Stamm <hab>

---

<sup>18</sup> Ein Nebenproblem ist, wie Iterationen (z.B. *guuuuuuuuuu*) und Smileys :-(( zu zählen sind.

und das Infinitivsuffix <en> vor. Nach dem Prinzip, dass alle Informationen des Lexikons im jeweiligen Kandidaten artikuliert sein sollen (Treuebeziehung: MAX), ist <haben> ein optimaler Kandidat, der nicht gegen die Treuebeziehung verstößt, <hab'n> hingegen in einem Segment und <ham> in drei Segmenten:

hab+en	MAX	PHON				
		hɑ:bən	hɑ:bn	hɑ:bm	hɑ:m	ham
haben			*	**	***	***
hab'n	*	*		*	**	**
ham	***	***	**	*		

Tab. 1: Bewertung der Schreibvarianten nach der Laut-Graphem-Treuebeziehung

Als ein zweites Prinzip wollen wir eine Laut-Graphem-Treuebeziehung postulieren (PHON), die besagt, dass lautliche und orthographische Realisierung (ausgehend von standardisierten Normen) korrelieren. Für die Lentoform [hɑ:bən] bildet die Schreibvariante <haben> den optimalen Kandidaten, da die Laut-Buchstaben-Korrespondenz eins-zu-eins ist<sup>19</sup>. Im Hinblick auf die Allegrettoform [hɑ:m] hingegen weicht <haben> in drei Laut-Buchstaben-Korrespondenzen ab, während <ham> wiederum in einer Eins-zu-eins-Korrespondenz steht. Die Bewertung der Schreibvarianten nach der Laut-Graphem-Treuebeziehung findet sich in der obigen Tabelle. Je nach Gewichtung der Kriterien gewinnt die eine oder andere Variante. Wenn MAX höher gewichtet wird als PHON, dann ist <haben> diejenige Form, die gewinnt; dominiert umgekehrt PHON > MAX, dann gilt für die Variante [hɑ:m], dass sie gewinnt, da <haben> in drei Fällen gegen das PHON-Kriterium verstößt:

hab+en	PHON	MAX
	hA:m	
haben	***	
hab'n	**	*
ham	+	***

Tab. 2

<sup>19</sup> Wir sehen von der Längung ab. Für die Dehnungsgraphie wäre dies dann allerdings relevant.

Die Schreibvariante [hɑ:m] ist also eine wohlgeformte Variante unter der Annahme, dass eine Allegretto-Lautierung höher gerankt ist als die mit der Explizitform verbundene Standard-Lento-Lautierung. Das Ranking erfolgt prinzipiell über eine Transitivitätsrelation, und nach den gleichen Prinzipien wie die aus der Sprachstatistik bekannte Implikationsanalyse. Merkmale (M) werden implikativ so geordnet, dass eine Guttman-Skala erstellt werden kann, im folgenden Fall nach exemplarischen Kommunikationsformen (K) geordnet:

	M1	M2	M3	M4
K3	1	1	1	1
K5	1	1	1	1
K6	1	v	v	v
K2	1	1	v	v
K7	v	v	0	0
K1	0	v	0	1
K4	0	0	0	0

Tab. 3: Fiktive Verteilung von Kommunikationsformen und Merkmalen in einer Guttman-Skala (mit anzunehmenden Ausreißern)

Der Wert 1 gibt an, dass das Merkmal vorkommt, der Wert 0, dass es nicht vorkommt, v steht für einen variablen Wert, der 1 oder 0 oder je nach Rundungsgrenzen auch einen Zwischenwert (0,6) annehmen kann. Ob überhaupt eine Guttman-Skala mit entsprechenden Abstufungen und vereinzelt Ausreißern erstellt werden kann, bleibt zu überprüfen.

Es liegt nun nahe, erstens darüber zu reflektieren, wie kardinale Werte (arithmetisches Mittel) zu integrieren sind und 2. ob und ggf. wie Implikationsskalenanalyse und optimalitätstheoretische Behandlung kombiniert werden können. Wir meinen, dass eine stochastisch fundierte Optimalitätstheorie hier Perspektiven bietet, allerdings ist diese anders zu fundieren als in Boersma/Hayes (2001). Wie dies im Einzelnen zu konzipieren ist, lassen wir an dieser Stelle offen. Die hier behandelten Problempunkte zeigen jedoch, dass im Hinblick auf eine Operationalisierung des Koch/Oesterreicher-Modells eine Reihe von grundsätzlichen Fragen zu klären ist.

## Benutzungshinweise

Um die Lesefreundlichkeit zu erhöhen, wurde darauf verzichtet, die zum Teil ausufernden Internetadressen in den Infoboxen zur Blogosphäre (Tabellen) zu integrieren. Stattdessen ist hinter der Bezeichnungen für das jeweilige Internetangebot eine Verweisziffer (*Netlink*) genannt. Die Ziffer wird einerseits im Anhang aufgeschlüsselt, wo für den Ausdruck die vollständige Adresse einzusehen ist, dient aber gleichzeitig als Schlüsselwert, durch dessen Eingabe unter <http://www.mediensprache.net/netlink/> die gewünschte Internetseite aufgerufen wird, ohne dass die vollständige Adresse einzugeben wäre. Vielfach sind Bezeichnungen für Webangebot auch direkt verlinkt.

Ferner findet sich im Anhang ein kleines Wörterbuch mit den wichtigsten Begriffen zu Weblogs. Diese und weitere Begriffe zur Internetkommunikation finden sich unter <http://www.mediensprache.net/de/lexikon/>.

## Literatur

- Blood, Rebecca (2003). »Weblogs and Journalism: Do They Connect?« In: Niemann Reports 57-3: 61-63.
- Boersma, Paul & Bruce Hayes (2001). »Empirical Tests of Gradual Learning Algorithm.« In: Linguistic Inquiry 32: 45-86.
- Bucher, Hans-Jürgen (2005). »Macht das Internet uns zu Weltbürgern? Globale Online-Diskurse. Strukturwandel der Öffentlichkeit in der Netzwerk-Kommunikation.« In: Fraas, Claudia & Michael Klemm (Hrsg.). Mediendiskurse. Bestandaufnahme und Perspektiven. Frankfurt a. M. S. 187-218.
- Fikisz, Walter (2004). Der Wandel des Prinzips der Öffentlichkeit durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien. Weblogs und ihre Auswirkungen auf den traditionellen Journalismus. Diplomarbeit, Eisenstadt: FB Informations- und Wissensmanagement.
- Hourihan, Meg (2002). What We're Doing When We Blog. <<http://www.oreillynet.com/pub/a/javascript/2002/06/13/megnut.html>>.
- Huffacker, David (2004). Gender Similarities and Differences in Online Identity and Language Use Among Teenage Bloggers. MA Thesis, Washington DC: Georgetown University.
- Koch, Christian Markus & Haarland, Astrid (2004). »Generation Blogger.« Mitp-Verlag, Bonn.
- Koch, Peter & Wulf Oesterreicher (1994). »Schriftlichkeit und Sprache.« In: Günther, Hartmut & Otto Ludwig (Hrsg.). Schrift und Schriftlichkeit. Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung. Berlin New York. S. 587-604.
- Orihuela, José Luis (2003): »Blogging and the eCommunication Paradigms: 10 principles of the new media scenario.« In: Burg, Thomas N. (Hg.): BlogTalks. Wien, S. 255-265.

- Orihuela, José Luis (2003). Blogging and the eCommunication Paradigms: 10 principles of the new media scenario. In: Burg, Thomas N. (Hg.): BlogTalks. Wien, S. 255-265.
- Pahl, Kai (2004). »Fünf Waffen für die Massenkommunikation.« In: Blogs! Text und Form im Internet. Hg. von Don Alphonso und Kai Pahl. Berlin, S. 305-333.
- Schlobinski, Peter (2005). »Mündlichkeit/Schriftlichkeit in den Neuen Medien.« In: Standardvariation. Wie viel Variation verträgt die deutsche Sprache? Hg. von Ludwig M. Eichinger und Werner Kallmeyer. (= IDS-Jahrbuch 2004). Berlin, S. 126-142.
- Schönberger, Klaus (2005). »Persistente und rekombinante Handlungs- und Kommunikationsmuster in der Weblog-Nutzung. Mediennutzung und soziokultureller Wandel.« In: Schütz, Astrid/Habscheid, Stephan/Holly, Werner/Krems, Josef/Voß, Günther G. (Hg.): Neue Medien im Alltag. Befunde aus den Bereichen: Arbeit, Leben und Freizeit. Lengerich, S. 276-294.
- Sixtus, Mario (2005a). »Gutenberg reloaded: Wie Weblogs die Medienwelt verändern.« In: Telepolis, Heise Zeitschriften Verlag, Hannover. [erscheint im Mai]
- Sixtus, Mario (2005b). »Massenmedium. Blogosphäre: Kommunikationsgeflecht und Marketingfaktor.« In: c't 19: 148-152.
- Traunmüller, Lucy (2003). Weblog-Communities. Betrachtung eines Praxisbeispiels. Master-Thesis, Wien: Zentrum für Neue Medien der Donau-Universität Krems.

JIA ZHU

# 1 SPRACHLICHE UND TEXTUELLE ASPEKTE IN CHINESISCHEN WEBLOGS

## Summary

As a new communication form, weblog started to flourish at the beginning of 2000 in China. It was official named as *boke* 博客 by Fang, Xingdong and Wang, Junxiu in 2002. One year later Zimei Mu, a chinese blogger, opened her sexual diary in the web. This made the new form – *boke* – to be known by every surfer. Nowadays blog is taking up an important position in electronic media and considered as the fourth electronic communication form after email, ›Web-Forum‹ and ICQ.

Compared with other electronic forms blog gives more room to users to design and develop their blogs in different style, completely dependent on their opinions. Articles in a blog are listed on the base of time and the blog will contain richful information through a lot of links. In opposition to Chat or Web-Forum, criterion and integrality of format and language play a more significant role in Blog. The linguistic analysis reflected mainly in: 1. typing mistakes (due to the Chinese input system) 2. lexical phenomena (Anglicism, spoken and dialectal idioms, acronym ect.), 3. ellipsis (mostly of pronominal subjects) 4. compensation of audio elements (emphasis, onomatopoesis).

Although the way of publishing in blog is close to traditional journalism, it could become a violent competitor. New usages of blog and new linguistic phenomena in blog will well up constantly with its development.

Das Internet als Informations- und Kommunikationsmedium hat seit Mitte der neunziger Jahre starken Zuwachs erfahren. Inzwischen existieren viele populäre Internet-Dienste wie z.B. Chat, E-Mail, Web-Foren. In den letzten drei Jahren entwickelte sich eine neue Kommunikationsform im Internet sehr rasch, die als »Weblog«<sup>1</sup>, oder verkürzt »Blog« – bezeichnet wird.<sup>2</sup> Die Entwicklung des Blogs hängt eng mit politischen Skandalen zusammen und hat seinen »Boom« in der Zeit um die Terroranschläge am 11. September 2001, sowie die darauf folgenden Kriege in Afghanistan und im Irak erfahren.<sup>3</sup>

Nach einer Untersuchung der Website *Technorati*, einer Suchmaschine für Blogs im Internet, erscheint alle 5,8 Sekunden ein neues Blog auf der Welt. Von Oktober 2003 bis Februar 2005 hat sich die Zahl der Blogs alle fünf Monate verdoppelt. In diesen 16 Monaten ist die Anzahl der Domänen für Blogs um das 16fache angestiegen und erreicht heute 7,8 Millionen. Ab Februar diesen Jahres traten täglich etwa 40000 neue Blogs und 0,5 Millionen aktuelle Beiträge auf.<sup>4</sup> Wegen seines weltweiten Booms gilt das Blog als die vierte Kommunikationsform neben E-Mail, Web-Forum und ICQ (IM).<sup>5</sup>

In der vorliegenden Arbeit wird die heutige Blogosphäre in der V. R. China anhand 30 ausgewählten chinesischen Blogs beobachtet. Die Analyse wird besonders unter dem Aspekt des hypertextuellen Aufbaues und Aspekt sprachlicher Merkmale

---

<sup>1</sup> eine Zusammensetzung der beiden Termini *web* und *blog*

<sup>2</sup> Ich verwende forthin die Kurzform Blog an Stelle von Weblog.

<sup>3</sup> Vgl. Fang (2003)

<sup>4</sup> Nach der Meinung des *blogchina* hat *Technorati* größtenteils englischsprachige Blogs berücksichtigt. Tatsächlich lägen die Zahlen noch höher betragen. In: research (17.05.2005). *Xilie fenxi zhi san: 2004 nian guo neiwai boke fazhan qingkuang gaishu* 系列分析之三: 2004年国内外博客发展情况概述. <http://publishblog.blogchina.com/blog/tb.b?diaryID=1551539>. 01.06.2005.

<sup>5</sup> *Xiao daomao* 小刀马 (07.05.2005). *Jintian ni blog le ma?* 今天你blog了吗? <http://www.okblog.cn/doc/2005/5-7/200557225751.htm>. 01.06.2005.

in chinesischen Blogs durchgeführt. Vorab sollen einige Punkte zur chinesischen Schrift gegeben werden, da vermutlich nicht jeder Leser mit dieser Nicht-Alphabetschrift vertraut ist.

### Die chinesische Schrift<sup>6</sup>

Die chinesische Schrift ist eine morphosyllabische Schrift, die aus Zeichen besteht, die man als *Sinographeme* bezeichnet, z.B. 网 für ›Netz‹. In der chinesischen Schrift gibt es Bezüge zum Lautsystem und Bedeutungshinweise. Zwar gibt es eine kleine Gruppe von Schriftzeichen, die auf alte Bildzeichen zurückgehen, z.B. kann man in den Zeichen 日 ›Sonne‹ und 山 ›Berg‹ noch den bildlichen Charakter erkennen und die Zeichen können von Piktogrammen abgeleitet werden, wie sie auf 3500 Jahre alten Knochen und Schildkrötenpanzern gefunden wurden. Aber über 90 Prozent der heutigen Schriftzeichen sind aus einem Klassenindikator (Signifikum) und einem Lautindikator (Phonetikum) zusammengesetzt. Als *Signifikum* bezeichnen wir diejenige Komponente eines komplexen Sinographems, »die etymologisch auf der Bedeutungsebene einen Bezug zu dem durch das Sinographem Bezeichneten herstellt und dabei – in Abgrenzung zu den etymonischen<sup>7</sup> Phonetika – keinen phonetischen Bezug zu dem korrespondierenden Sprachlaut erkennen läßt.« (Guder-Manitius 1999: 227). Ein *Phonetikum* bezeichnet die Komponente eines Sinographems, die Hinweise auf seine Aussprache gibt, wobei unterschiedliche Grade von Phonetizität anzusetzen sind. Dabei wird durch eine begrenzte Zahl von Klassenindikatoren ein grober Hinweis auf die Bedeutung gegeben wird, die dem mit dem Lautindikator angezeigten Lautwert zu eigen ist. Durch diese Kombination aus Bedeutungs- und Lautindikatoren, die allerdings historisch bedingt heute nur noch begrenzt als Indi-

---

<sup>6</sup> Verfasst von Peter Schlobinski.

<sup>7</sup> Etymonische Sinographeme sind solche, deren vermeintlich phonetischer Bestandteil auch semantischen Bezug zu seinem Sinographem zeigt.



katoren nachvollziehbar sind, können die zahlreichen Homophone des Chinesischen in der Schriftsprache auseinandergehalten werden.

Es soll dies an einem Beispiel verdeutlicht werden. Die Zeichen 包, 抱, 雹, 跑 und 咆 haben eine gemeinsame Komponente, nämlich 包 mit der der Aussprache [ɔ̃bau], in der Alphabetschrift Pinyin notiert ⟨bāo⟩, und der Bedeutung ‚einwickeln, umfassen, Beutel, Blase. In Kombination mit anderen Zeichenkomponenten gibt 包 einen Hinweis auf die Aussprache des Zeichens, wobei sich der Ton ändern kann wie auch der stimmhaft anlautende Plosiv teilweise stimmlos gesprochen wird: 抱 ⟨bǎo⟩, 雹 ⟨báo⟩, 跑 ⟨pǎo/pǎo⟩, 咆 ⟨páo⟩. Der andere, meist links stehende Teil des Zeichens ist teilweise ein Bedeutungsindikator. In 雹 steht über dem Phonetikum das Zeichen 雨 ›Regen‹ und es hat die Bedeutung ›Hagel‹.

Neben den Sinographemen gibt es in der VR China seit 1955 eine Alphabetschrift, die Pinyin genannt wird, und in denen die Töne durch Diakritika bezeichnet sind, wobei aus praktischen Gründen die Diakritika häufig weggelassen werden. Diese wird im Alltag nicht gebraucht, spielt aber im schulischen und akademischen Bereich eine Rolle.

### 1.1 Blogosphäre in V.R.China

Unter einem »Blog« versteht man eine persönliche Webseite, auf der Texte, Bilder und Multimedia-Dokumente veröffentlicht werden. Durch die aktive Teilname auf Blogs zeichnen sich »Blogger« aus. Das Blog unterscheidet sich von dem mit *Web Diary*, dem Tagebuch im Internet. Während ein Online-Tagebuch eher intimen und individuellen Inhalt enthält, bietet ein Blog einem Blogger die Möglichkeit, seine eigene Meinung mit anderen zu teilen.<sup>8</sup> Beiträge eines Blogs werden chronologisch angeordnet, die neuesten Beiträge erscheinen an erster Stelle auf der Webseite.

---

<sup>8</sup> Vgl. *Xiao daomao* 小刀马 (07.05.2005). *Jintian ni blog le ma?* 今天你blog了吗? <http://www.ok-blog.cn/doc/2005/5-7/200557225751.htm>. 01.06.2005.

Diese zeitliche Ordnung wird durch einen Kalender auf der Webseite noch weiter unterstützt. Außer des Elements »Kalender« sind Blogs noch durch eine Vernetzung mit verschiedenen Links charakterisiert.

In China hat das Bloggen erst im Jahr 2000 begonnen, sich stark zu verbreiten.<sup>9</sup> Es lässt sich auch sagen, dass das Bloggen zuerst von den Chinesen eingeführt wurde, die im Ausland lebten und alle Beiträge auf Englisch posteten.<sup>10</sup> Nach der Bedeutung wird Blog auf chinesisch *Wangluo rizhi* 网络日志, in seiner Kürze *Wangzhi* 网志, genannt. Phonetisch ähnlich wird Blog /blok/ als *Buluoge* 部落格 übersetzt.<sup>11</sup> Als *Buluoge* ist eine andere Bezeichnung in der V. R. China viel weiter verbreitet. Diese heißt *Boke* 博客, ein Begriff sowohl für Blogs als auch für Blogger. Diese übliche Bezeichnung verdankt ihren Entwurf einem bekannten Blogger, namens *Wang Junxiu* 王俊秀, der mit *Fang Xingdong* 方兴东, der das erste Web *blogchina* für Blogs in China errichtet hat, zu den Pionieren auf dem Bereich des chinesischen Blogs gehört. Mit der Popularisierung des Blogs entwickelt sich die nominale Bezeichnung allmählich zu einem neuen Verb: Beteiligung an Blogs. Die verbale Verwendung erscheint immer mehr im Alltag oder sogar auf Drucksachen. Die Frage »*jintian ni boke le ma?*« 今天你博客了吗? (Hast du heute gebloggt?) kann sogar als Gruß benutzt werden.<sup>12</sup>

Nach einer Studie von CNNIC (*China Internet Network Information Center*) betrug die Gesamtzahl der Internet-Nutzer in China bis zum Jahr 2004 bereits 94 Millionen. Der Anteil der Blogger macht 3 Millionen, größtenteils junge Leute. Die rapide Entwicklung ergibt sich zum einen aus der Erhöhung der chinesischen Blog-

---

<sup>9</sup> Siehe Fang (2003:46)

<sup>10</sup> O.a. (27.03.2005). *Zhongguo blog xianzhuang he fazhan chutan* 中国Blog现状和发展初探. <http://www.okblog.cn/doc/2005/3-27/200532792810.htm>. 01.06.2005.

<sup>11</sup> research (17.05.2005). *Xilie fenxi zhi er: 2004 nian boke gainian he leibie fenxi* 系列分析之二: 2004年博客概念变化和类别分析. <http://publishblog.blogchina.com/blog/tb.b?diaryID=1551503>. 01.06.2005.

<sup>12</sup> Vgl. research (17.05.2005). *Xilie fenxi zhi er: 2004 nian boke gainian he leibie fenxi* 系列分析之二: 2004年博客概念变化和类别分析. <http://publishblog.blogchina.com/blog/tb.b?diaryID=1551503>. 01.06.2005.

Blogosphäre in V. R. China
<b>Infos zu chinesischen Blogs</b>
<p><a href="#">Bokee</a> [238], ursprünglich Blogchina, gilt als erstes wichtiges chinesisches Blog-Web. <a href="#">Research</a> [239] in Bokee verkörpert den aktuellen Forschungsstand des chinesischen Blogs. <a href="#">Okblog</a> [240] konzentriert sich auch auf die Entwicklung des Blog-Phänomens. Nicht nur chinesische Blog-Webs, sondern auch internationale Unternehmen, wie z.B. <a href="#">MSN Spaces</a> [241], bieten chinesischen Bloggern die Möglichkeit, leicht ein eigenes Blog einzurichten. Eine RSS-Suche tausender chinesischen Blogs stellt <a href="#">Feed Search</a> [242] zur Verfügung, eine erweiterte <a href="#">CNBlog</a> [243]. Zeitlich geordnet werden 24,625 Blogs in <a href="#">Bafang</a> [244]. Auch nach zeitlicher Reihung findet sich eine Liste der Blogs in <a href="#">Grassland</a> [245].</p>
<b>Ausgewählte Blogs</b>
<p><a href="#">boke zhongguo</a> [246], <a href="#">zhongguo boke</a> [247], <a href="#">boke dongli</a> [248], <a href="#">ni de boke wang</a> [249], <a href="#">Blogbus</a> [250], <a href="#">tianya boke</a> [251], <a href="#">wangyi buluo</a> [252], <a href="#">beimei zhongwen boke</a> [253].</p>
<b>Weblog-FAQ</b>
<p>Häufig gestellt Fragen werden unter <a href="#">boke rizhi</a> [254] beantwortet. Aktuell informieren und austauschen kann man sich, außer BBS und Foren aus Blog-Webs, im <a href="#">Top Soho</a> [255].</p>
<b>Ausgewählte Publikationen</b>
<p>EFang/Wang (2003), Fang (2001), Lei (1998).</p>

Webs und zum anderen aus der Eröffnung neuer Flächen für chinesische Blogger durch international tätige Unternehmen z.B. *MSN, Yahoo, Google*.<sup>13</sup>

Das früheste Blog-Web *blogchina* hat eine Umfrage über die Blogosphäre in China durchgeführt. An der Umfrage haben normale Online-Nutzer bzw. Web-Profis teilgenommen, im Alter zwischen 15 und 65. Ungefähr 70% der Befragten halten Blog für die vierte Kommunikationsform im Internet, nachdem die anderen drei Internet-Dienste: E-Mail, BBS, ICQ entstanden sind, und 2/3 normale Nutzer loggen jeden Tag in Blogs ein. Weniger als 44% der Internet-Nutzer und 43% der Profis gilt ihre eigene Aufzeichnung als eine wichtige Funktion der Blogs. 58% Profis legen

<sup>13</sup> Vgl. *Xiao daomao* 小刀马 (07.05.2005). *Jintian ni blog le ma?* 今天你blog了吗? <http://www.ok-blog.cn/doc/2005/5-7/200557225751.htm>. 01.06.2005. und *research* (17.05.2005). *Xilie fenxi zhi san: 2004 nian guo nei wai boke fazhan qingkuang gaishu* 系列分析之三: 2004年国内外博客发展情况概述. <http://publishblog.blogchina.com/blog/tb.b?diaryID=1551539>. 01.06.2005.

Wert auf die Aktivität an Diskussionen in Blogs, dem gegenüber 22% der Blogger. Noch 48% der befragten von den Profis vertreten die Meinung, dass die Informationsverbreitung unter Blogs eine bedeutende Rolle spielt. 9% der Online-Nutzer geben an, sich über aktuelle Nachrichten in Blogs zu informieren, während 11,7% der Profis sich mit dem Informieren beschäftigen. Was die Ziele zum Besuchen eines Blogs angeht, antworteten 56% der Online-Nutzer, dass sie Tagebücher verfassen. Den 17% Bloggern, die über beliebte Themen diskutieren, stehen über 30% Profis gegenüber. Allerdings besuchen noch 23,3% der befragten Profis Blogs, um mit Freunden zu Verbindung aufzunehmen. Alle Befragten, sowohl normale Internet-Nutzer als auch Web-Profis, weisen darauf hin, dass die starke Anziehungskraft des Blogs hauptsächlich in seinen zwei Grundzügen liegt: sich selbst auszudrücken und eine selbständige Homepage.<sup>14</sup>

Nach Einfluss, Popularität, Brauchbarkeit und Gestaltung der Webseite sind 38 chinesische Webs für Blogs bekannt. Davon gehören 15 Webs zu den professionellen Blog-Webs, gegenüber 23 nicht-professionellen. Unter allen haben die professionellen Webs: *boketongguo* 博客中国 ([www.blogchina.com](http://www.blogchina.com)), *zhongguo boker* 中国博客 ([www.blogcn.com](http://www.blogcn.com)) und *boketongguo* 博客动力 ([www.blogdriver.com](http://www.blogdriver.com)) allerdings an den ersten drei Plätze belegt.<sup>15</sup>

## 1.2 Empirische Basis

Als empirische Basis liegen dieser Arbeit 30 chinesische Blogs zu Grunde (s. Anhang 1.8), die von 22.Mai bis 03.Juni im Jahr 2005 aus dem Internet abgerufen wurden. Zuerst wurde ein Blog ausgesucht aus je einem Web der ersten fünf professionellen

---

<sup>14</sup> research (17.05.2005). *Xilie fenxi zhi san: 2004 nian guo neiwai boker fazhan qingkuang gais-hu* 系列分析之三: 2004年国内外博客发展情况概述. <http://publishblog.blogchina.com/blog/tb.b?diaryID=1551539>. 01.06.2005. und research (17.05.2005). *Xilie fenxi zhi si: yici zhendui boker zhe ji boker yueduzhe diaocha* 系列分析之四: 一次针对博客者及博客阅读者调查. <http://publishblog.blogchina.com/blog/tb.b?diaryID=1551560>. 01.06.2005.

<sup>15</sup> O.a. (01.05.2005). *2005 quanbu boker wangzhan paiming (zuixinban)* 2005全部博客网站排名(最新版). <http://www.kongjie.com/file/05/5/165.htm>. 12.05.2005.

Blog-Domänen: *boke zhongguo* 博客中国 ([www.blogchina.com](http://www.blogchina.com)), *zhongguo boke* 中国博客 ([www.blogcn.com](http://www.blogcn.com)), *boke dongli* 博客动力 ([www.blogdriver.com](http://www.blogdriver.com)), *ni de boke wang* 你的博客网 ([www.yourblog.org](http://www.yourblog.org)), *Blogbus* ([www.blogbus.com](http://www.blogbus.com)). Die anderen 25 Blogs entstammten aus drei unprofessionellen Webs: *tianya boke* 天涯博客 ([club.tianyablog.com](http://club.tianyablog.com)), *wangyi buluo* 网易部落 ([buluo.news.163.com](http://buluo.news.163.com)), *beimei zhongwen boke* 北美中文博客 ([www.westca.com/blogs](http://www.westca.com/blogs)).<sup>16</sup>

Im Prinzip wurde der aktuellste Beitrag aus jedem Blog entnommen. Der Beitrag mit den meisten Wörtern kommt aus dem Blog [11], die Anzahl beträgt 3317. Im Falle, dass die chinesischen Wörter im ersten Beitrag nicht ausreichend sind, wurden dann die hintereinander geposteten Beiträge ausgewählt, damit mindestens 500 chinesische Zeichen von jedem Blog erreicht sind. Insgesamt sind 51 Beiträge, die aus fünf professionellen bzw. 25 privaten Blogs entstehen und deren Themen Sport, Computer, Gesundheit, Erziehung und Nationalismus umfassen.

### 1.3 (Hyper)textueller Aufbau

Statt privater Homepages sind die Blog-Webs unter chinesischen Bloggern beliebter. Sie dienen ihnen ebenfalls, ihre eigenen Blogs einfach und schnell einzurichten, dass sie verschiedene Modi der Blogs anbieten können. Der Web-Besucher übernimmt unmittelbar einen festgelegten Modus für sein Blog und fügt dem Blog alles Inhaltliche hinzu. Daher tendieren die Blogs aus einem Web sich formal zu ähneln. In den Daten werden beispielsweise die Kommentare jeweils in den Blogs aus *wangyi buluo* und aus *beimei zhongwen boke* bei vollständigen Beiträgen abgerufen. Die Kommentierung der anderen Blogs kommt im Gegensatz dazu auf ihren Hauptseiten vor. Ein anderes Phänomen z.B. findet in den Blogs aus *wangyi boluo* statt. Von dem Anbieter werden schon vier Kategorien festgestellt: *zuixin wenzahng* 最新

---

<sup>16</sup> O.a. (01.05.2005). *2005 quanbu boke wangzhan paiming (zuixinban)* 2005全部博客网站排名(最新版). <http://www.kongjie.com/file/05/5/165.htm>. 12.05.2005.

文章 (aktuellste Beiträge), *dingyue wenzhang* 订阅文章 (abonierte Beiträge), *simi wenzhang* 私密文章 (private Beiträge) und *zuixin shoucang* 最新收藏 (aktuellste Favoriten). Diese vier Kategorien existieren deshalb bereits seit der Entstehung eines Blogs, auch wenn der Blogger seine Beiträge in keiner dieser Kategorien einsortieren würde.

Im Hinblick auf Titel sind die Blogs vielseitig bezeichnet. Bei den Bezeichnungen erscheinen chinesische Zeichen, Buchstaben, und Anglizismen. Die meisten Blogs beherrschen chinesische Titel. »JAwEi« ist ein Titel bestehend aus allein fünf Buchstaben mit Groß- und Kleinschreibung, welcher den Loggin-Name »jingweijason« des Bloggers abkürzt. Die Bezeichnung »soccer ! soccer ! soccer!« ist lediglich in Englisch. Anglizismen kommen in den Titeln der Blogs »Binbin de yousheng blog« 斌斌 De 有声 Blog (Binbins akustische Blog) und »K zhong K@blog« K中K@blog (K in K@blog) vor. »Blog« in den beiden Belegen ersetzt einfach das chinesische Wort. Die nominale Attributpartikel *de* 的, die in der Mitte der vier chinesischen Zeichen steht, wird aber nach *Pinyin* buchstabiert, während die Präposition *zhong* 中 (in) mit ihrer chinesischen Form zwischen beiden K erscheint. Das Zeichen @ wird hier benutzt, so dass der Titel wie eine URL-Adresse aussieht. Es ist offensichtlich, dass die beiden Blogger dies absichtlich so gemacht haben, um den Titel lebendiger erscheinen zu lassen. Neben den sprachlichen Zeichen treten arabische Zahlen manchmal mit chinesischen gemeinsam auf, wie z.B. »121646178 de geren zhuye« 121646178的个人主页 (121646178s private Homepage) und »youshihou 123« 有时候123 (manchmal 123). Manche Blogger haben auch Interpunktionen in ihren Blog-Bezeichnungen. Ein schwarzer Punkt (·) schließt den Blogger an sein Blog an, wie im »alai-shuimo diantai« 阿莱·水墨电台 (alai, Rundfunkstation mit dem Tusch). Ein Hinweis ist durch einen Doppelpunkt gekennzeichnet, wie beim »lüse jiayuan:wangyou zhoukan« 绿色家园:网友周刊 (grüne Heimat: Wochenjournal für Internetfreunde). Der Punkt (。) wird nicht nur für das Satzende, sondern auch im

Titel »xiang kan wu shang jiu shu« 相看屋上旧树。 (einander alte Bäume auf dem Haus ansehen) verwendet.

Auf der interaktiven Ebene stellt sich heraus, dass die Kommentare jeweils in den Blogs aus *wangyi buluo* und aus *beimei zhongwen boke* erst bei vollständigen Beiträgen abgerufen werden. Im Gegensatz dazu kommt die Kommentierung der anderen Blogs auf ihren Hauptseiten vor. 1/3 Blogs enthalten ein Gästebuch. Einige aktuelle Feedbacks zeigen sich auf den jeweiligen Navigationen. Es gibt keine Blogger, die Umfragen auf die Hauptseiten ihrer Blogs stellen. Am Layout wird wenig geändert. Die Änderung konzentriert sich auf den Wechsel der Farbe, Größe und Fett-Schreibung der Schrift. Eine Suche-Funktion wird von neun Blogs angeboten.

Die Navigation ist hauptsächlich an den Seiten angeordnet, d. h. entweder rechts oder links. Allerdings hat der Autor in seinem Blog [4] die Navigation auf beiden Seiten eingerichtet. Außerdem wird in diesem Blog auch kein Kalender aufgestellt. Statt einem Kalender steht dort das »heutige« Datum oben: *jintian shi* 今天是 (heute ist). In den anderen 29 Blogs sind allesamt Tage mit Beiträgen in einem Kalender markiert und lassen sich anwählen. In ebenso vielen Blogs haben die Blogger verschiedene Links, z.B. auf Lieblingswebs oder Partner-Blogs aufgelistet. Eine einzige Ausnahme ist im Blog [28] zu vermerken. Zur Rubrik »Navigation« zählen z.B. Photogalerie, Archiv, Impressum usw. Über 1/3 Blogger (11) haben ihre geposteten Beiträge in den Archiven gesammelt. Die Besucher der Blogs erhalten dadurch einen Überblick über bereits gepostete Beiträge. Photogalerien stehen allein in den Blogs [3] und [11] zur Verfügung. In einigen Navigationsleisten werden sogar statistische Angaben gezeigt, manchmal über die Häufigkeit der Besucher (z.B. in Blog [3], [4]), manchmal über sowohl die Besuchshäufigkeit, als auch die Gesamtzahl der Beiträge, der Kommentare und hintergelassener Nachrichten (z.B. im Blog [1]). Die Impresen, die sich nicht in der Navigationsleiste, sondern am oberen Ende

der Seite: neben oder unter der Blog-Bezeichnung, befinden, sind hier ebenfalls mitgezählt. Sechs Blogger haben auf das Impressum für ihre Blogs verzichtet. Aus den Impressen der anderen Blogs ergibt sich also auch keine Ähnlichkeit. Im Blog [2] besteht das Impressum nur aus fünf Zeichen. Dennoch bilden 221 Zeichen im Blog [4] das Impressum. Klassische Gedichte werden umformuliert in den Blogs [6] und [11], um ihr Streben auszudrücken. Bilder werden z.B. in den Blogs [25] und [29] hingesetzt, so dass die schriftlichen Beschreibungen bildlich geschildert werden. Einige Textpassagen stellen die Persönlichkeit der Blogger dar wie z.B. in den Blogs [1] und [4]. Noch mehr Titel erklären die Entstehung der Blogs, z.B. Blog [19] und Blog [26]. Außer chinesischen Zeichen taucht Englisch in den Blogs [5] und [22] auf. Die Impressen beinhalten vielartige Inhalte und drücken Gefühle und Gedanken der Blogger aus und spiegeln - bündig oder komplex - die Charakter und Ansichten der Blogger bzw. die Grundsätze und -züge der Blogs wider. Außer solchen üblichen Elementen haben manche Blogger der Navigation noch ihre individuellen Komponenten zugefügt. Blog [15] bezieht sich auf das Thema Gesundheit. Deshalb steht ein BMI-Rechner auf dessen Hauptseite zur Verfügung. Und »boybin«, der Blogger vom Blog [5], stellt auf die Navigation einen Musikplayer hin, weil es sich um einen akustischen Blog handelt.

Die Angabe der privaten Information des Bloggers wird individuell behandelt. Der Blogger vom Blog [20] hat ausführliche Information auf der Navigation bereitgestellt; sein Geschlecht, Wohnort, Fach, seinen Loggin-Name, Nickname, seine Hobbys und Lieblingsessen, -farben, -filme, -singer, -schauspieler. Im Gegensatz dazu verweigert *rotzar* vom Blog [2] jegliche Information. Bei den Blogs aus *tianyablog* wird eine Tabelle mit einem Klick auf auf den Nicknamen gezeigt. Der Inhalt der Tabelle umfasst sowohl die persönliche Information über Geschlecht, Wohnort, E-Mail-Adresse, Familienstand und Beruf als auch die Besuchshäufigkeit, Antragsdatum usw. Genauso verbindet bei den Blogs aus *wangyi buluo* der sogenannte *Submit-*



*Button* das Pseudonym mit einer Tabelle, die sich aber mehr für die Dauer der Online-Zeit und die Besuchshäufigkeit des Bloggers interessiert. Unter allen 30 Blogs ist Blog [20] äußerst bemerkenswert. Der Blogger hat in seinem Blog nicht nur ein »Info-Center« und eine Mitteilung über das Wetter eingebunden, sondern auch hat er mit schwimmenden Goldfischen auf dem Hintergrund sein Blog dekoriert. Seine Beiträge beziehen sich also hauptsächlich auf die Technik solcher kleinen Tricks.

Auf die Postings eingehend werden vier Blogs entdeckt, bei denen die Beiträge nicht in verschiedenen Gruppen kategorisiert sind. Bei den Blogs aus *wangyi buluo*, wie oben genannt, sind von Anfang an schon vier Kategorien. Deshalb gehören die Blogs aus *wangyi buluo*, wo keine individuellen Gruppen von den Bloggern existieren, auch zu diesen vier Blogs. Die Themen der Gruppen sind bei den jeweiligen Bloggern unterschiedlich. Allerdings sind Bezeichnungen mit vier Zeichen unter den Bloggern beliebt.<sup>17</sup> Englische Wörter erscheinen so mit dem Chinesisch zusammen, wie bei den Blog-Bezeichnungen. Textlastige Blogs überwiegen, auch wenn einige Beiträge mit Bildern veröffentlicht werden oder sogar bildlastig sein könnten. Ein einziges Blog wird hier als Foto-Blog definiert. In allen Postings wurden Fotos in den Postings eingesetzt, die manchmal die Texte nur unterstreichen oder manchmal sich selbst als Hauptteile präsentieren.

### 1.4 Sprachliche Aspekte und Merkmale

Klein- oder Großschreibung und satzinitiale Großschreibung sind für die Standardschreibung im Chinesischen keine relevanten Parameter, vielmehr spiegelt sich die Standardschreibung in einer richtigen Form des ganzen Textes wider. Den Text Abschnitt für Abschnitt mit korrekter Interpunktion zu verfassen, dies gilt für normale Aufsätze als Standard. Ein Abschnitt ist dadurch gekennzeichnet, dass er in

---

<sup>17</sup> Meiner Meinung nach liegt das an sprachlicher Gewohnheit und chinesischer Kultur. Wörter mit vier Zeichen, die meistens Chinesische Redewendungen 成语 (*Chengyu*) bilden, integrieren sich im Alltagsleben der Chinesen und gelten als die Sprache gebildeter Menschen.

einer neuen Zeile beginnt und zum Beginn jedes Abschnitts sind zwei Stellen freigelassen. In einigen Beiträgen beginnt aber jeder Satz oder sogar ein Satzteil, wie ein neuer Abschnitt, in einer neuen Zeile, so dass der ganze Beitrag wie Gedicht oder Monolog erscheint. Um diesen Stil mit der textuellen Erzählung zu vergleichen werden im folgenden zwei Auszüge ausgestellt.

Beispiel 1

[.....]

为了 一幅图片, 要 打 电话 上 广州。

*weile yifu tupian, yao da dianhua shang guangzhou*

Für ein Bild musste ich nach Gungzhou anrufen.

为了 一个色块, 我们 可以研究 上 一个晚上。

*weile yige sekuai, women keyi yanjiu shang yige wanshang*

Um ein Farbenstück zu studieren könnten wir eine ganze Nacht verbringen.

多少个不能安眠的晚上, 多少个别人认为开心过着的日子

*duoshao ge buneng anmian de wanshang, duoshao ge bieren renwei kaixin*

*guozhe de rizi*

In wievielen Nächten, in denen ich nicht ruhig einschlafen kann, in wievielen Tagen, welche die Anderen für glücklich verbracht halten

有过哭, 有过乐

*youguo ku, youguo le*

gab es Tränen, gab es Lachen

有开心, 有悲伤。

*you kaixin, you beishang.*

gab es Fröhlichkeit, gab es Traurigkeit.

现在我除了累, 没有了其他。

*xianzai wo chule lei, meiyou le qita.*

Nun habe ich nichts anders als Müdigkeit.

[.....]

Blog [4]

[.....]

见到 三两个穿婚纱的美丽的新人，被人簇拥着，  
*jiandao sanliang ge chuan hunsha de meili de xinren, bei ren cuyongzhe,*  
路过身边，向海那边走去。

*luguoshenbian, xiang hai naban zouqu.*

Ich sah ein paar hübsche Neuvermählte, die Brautkleider anzogen und von Leuten umgeben waren. Sie gingen an mir vorbei und ans Meer hin.

对岸，是苍松和雪山。

*dui'an, shi cangsong he xueshan.*

Auf dem anderen Ufer lagen Kiefer und Schneeberge.

有一搭无一搭地问着小叔的婚事。

*youyida wuyida de wenzhe xiaoshu de hunshi.*

Ich fragte zwanglos nach der Heirat des Schwagers (jüngerer Bruder des Ehemanns).

难得这样放松，酒是甜而醇的，在嘴里化开，有醉人的香。

*nande zheyang fangsong, jiu shi tianerchun de, zai zuili huakai, you zuiren de xiang.*

Es war selten, sich so entspannt zu fühlen. Der Alkohol war süß und rein.

Der löste sich im Mund auf und hatte die Duft, Leute betrunken zu machen.

Blog [25]

Bei dem Auszug des Blog [4] beschreibt die Lustlosigkeit auf die Arbeit des Bloggers. Er hat jeden Satz oder manchmal Satzteile neu angefangen. Ein vollendeter Satz ist durch Punkt am Satz- oder sozusagen Abschnittende gekennzeichnet. Einen besonders langen Satz hat er auf drei Zeilen verteilt, wobei die Zeichensetzung aufgegeben wurde. Im Auszug des Blogs [25] werden verschiedene Sachverhalte behandelt, die miteinander nicht eng zusammenhängen. Dabei bildet jeder Satz einen Abschnitt. Zwischen zwei Abschnitten hat der Blogger noch eine ganze Zeile freigelassen. Aber im Beispiel werden in den Absätzen keine initialen Leerstellen verwandt. Noch neun Blogger haben diese Leerstellen völlig vernachlässigt. Statt dessen haben einige, wie der Poster des Blogs [25], leere Zeilen zwischen Abschnitten gesetzt, um diese zu trennen (z.B. Blog [3], [6]).

Tippfehler treten in den Daten selten auf. Die Hauptursache für Fehler ist im chinesischen Eingabesystem zu sehen. Chinesisch ist eine morphosyllabische Schrift (s.o.), Zeichen am Computer zu schreiben erfordert deshalb einen speziellen Eingabemethodeneditor (engl. *Input Method Editor*: IME). Dies ist meistens der IME von Microsoft, Nanji Star, Twinbridge usw. und dieser bietet verschiedene Eingabemethoden für Kurz- und Langzeichen an, mit Hilfe von *Pinyin* 拼音 (Transkription), *bihua* 笔划 (Strichzahl), *bianma* 编码 (Kodex) u.a. Die entsprechenden Zeichen werden der Reihe nach angezeigt. Häufig benutzte erscheinen vor weniger häufig benutzten Zeichen. Tippfehler der Schriftzeichen resultieren aus Homophonen mit unterschiedlicher Verschriftlichung.

Beispiel 2

Blog [5]	<i>xiang</i> 象	→xiang 像	wie
Blog [27]	<i>xiang</i> 向	→xiang 像	wie
Blog [9]	<i>zai</i> 在	→zai 再	wieder
Blog [21]	<i>qingxikebian</i> 清晰可辨	→qingxikebian 清晰可辨	klar zu erkennen
Blog [2]	<i>meiyan</i> 媒眼	→meiyan 媚眼	schöne Augen (machen)
Blog [7]	<i>nali</i> 那里	→nali 哪里	wo
Blog [14]	<i>da chuxue</i> 打出血	→da chuxue 大出血	große Verblutung
Blog [19]	<i>bianbian</i> 编编	→pianpian 偏偏	einfach

Die Zeichen der ersten Blocks stellen Homophone zu den richtigen Zeichen dar. Die Zeichen der zweiten Gruppe sind gleich transkribiert aber haben verschiedene Töne. Das Entstehen der Fehler aus dem Blog [19] liegt nicht an einer Verwechslung zwischen Homophonen, sondern zwischen ähnlich aussehenden Wörtern. Diese Verwechslung kommt in den Blogs selten vor. Die Verwendung der drei Partikeln *de* 的 (Attributpartikel), *de* 地 (Averbialpartikel), *de* 得 (Komplementpartikel) verwirrt die Nutzer manchmal.

Um zwischen der Eingabe von chinesischen Zeichen bzw. Interpunktion und lateinischen Buchstaben bzw. Interpunktion zu wechseln, muss man zwischen den (Eingabemethoden-) Editoren umschalten. Falsche Zeichensetzung entsteht also dann aus der Umschaltung. Wegen der Störung beim Eintippen wird der chinesische Punkt «。」 manchmal durch den westlichen «.» ersetzt (z.B. Blog [1]). Ein anderer Fehler in der Zeichensetzung findet sich in der Verwendung der Auslassungspunkte. Die Zahl der Punkte bei Auslassungen (sechs im Normalfall) variiert von Nutzer zu Nutzer, zwischen zwei (z.B. Blog [1]) und 24 (z.B. Blog [14]) Punkten. Bei einigen Beiträgen wird teilweise auf Interpunktion verzichtet. Beispielsweise im Artikel aus dem Blog [29] wurden die Satzzeichen am Ende aller Abschnitte weggelassen.

Unter Berücksichtigung lexikalischer Phänomene kommen Anglizismen und umgangssprachliche Ausdrücke in regelmäßig vor. Anglizismen spielen im Alltagsleben der Chinesen eine immer größere Rolle und beeinflussen die Internetsprache, wie diese wiederum die Alltagssprache beeinflusst. Die Blogger verwenden nicht nur, wie vorher erwähnt, in ihren Pseudonymen und Impresen, sondern auch in ihren Beiträgen englischsprachige Strukturen, die häufig für Computer-Fachwörter wie »blog«, »frontpage«, »html« usw. (Blog [20]), »ADSLmodem«, oder alltägliche Bezeichnungen, z.B. »t-shirt« (Blog [2]), »DAYCARE«, »DOWNTOWN«, »PUB« etc. (Blog [25]), »GAY« (Blog [28]) verwendet werden. Eine chinesische Besonderheit findet sich im Blog [22]: *guamen* ed 关门 ed (Die Tür ist geschlossen), wo das englische Präterialsuffix *-ed* anstelle der chin. Kompletivpartikel *le* gebraucht und somit Vergangenheit markiert wird. Das Progressivsuffix *-ing* ist ebenfalls unter chinesischen Internet-Nutzern beliebt. Trotz der Beliebtheit bleibt die Verwendung von Anglizismen in den Blogs immer noch begrenzt. Umgangssprachlicher Wortschatz umfasst hauptsächlich volkstümliche Redensarten und Schimpfwörter, die nur gelegentlich in den Beiträgen auftauchen.

Beispiel 3

Blog [6] 墙 头草

*qiangtoucao*

das Gras auf der Mauer

Blog [20] 一口 想 吃 个 胖 娃娃

*yikou xiang chi ge pangwa*

Mit einem Bissen will man ein dickes Baby werden.

Blog [21] 好了 伤疤 忘了 疼

*haole shangba wangle teng*

den Schmerz vergessen, sobald die Wunde geheilt ist

Menschen mit ständig wechselnden Positionen werden *qiangtoucao* genannt. Der Spruch *yikou chi bu chengge pangzi* 一口吃不成个胖子 (Von einem Bissen wird man nicht dick.) warnt einen, wenn man sehr nach Erfolg giert. Dass jemand sofort den Schmerz einer Wunde vergisst, bedeutet, dass er keine Lehre aus dieser bitteren Erfahrung zieht.

Dialektale Merkmale werden bei den Einträgen in den Blogs selten gebraucht. *Ta daye de* 他大爷的 (Schimpfwort), *chunhuo* 蠢货 (Dumme) aus dem Blog [2], *pizi* 痞子 (Schurke) aus dem Blog [6] sind beispielsweise die alltäglichen Schimpfwörter. Dialektale Formulierung zeigen sich z.B. im Blog [2]: Die Standardwendung *chuxi* 出息 (Zielstrebigkeit) wird dort von *qizi* 起子 ersetzt. Trotz vieler Abkürzungen in der »Sprache im Netz« spielen sie in den Beiträgen der Blogs keine besonders wichtige Rolle. Häufig finden sich Akronyme, die sich nach zwei Typen unterscheiden lassen:

Beispiel 4

1. Blog [20] DIY = *do it yourself* (tu das selbst)
2. Blog [2] TMD = *ta ma de* 他妈的 (Schimpfwort)
- Blog [22] BT = *bian tai* 变态 (abnormal)

Im Hinblick auf syntaktische Konstruktionen steht die Analyse von Ellipsen im Vordergrund. In Beiträgen der Blogs herrschen tendenziell die Personalpronomen als Subjekt vor, die als Verweis auf die Sprecher (ich, wir) dienend, auszufallen. Viele Beiträge aus den jeweiligen Blogs beziehen sich auf ihre Blogger, und deshalb stört es das Verständnis des Textes auch nicht, dass das Pronomen der ersten Person, größtenteils *wo* 我 (ich), weggelassen wird. Konjunktionen, Partikel sowie Verben wie z.B. *shi* 是 (sein) und *you* 有 (haben) können in einigen Fällen ebenfalls ausgelassen werden.

### Beispiel 5

#### Blog [1]

[...] 摆在 屋顶 的花瓶, 水晶 苹果 般 敲 碎了, 硕大 的声音,  
*baizai wuding de huaping, shuijing pinguo ban qiao sui le, shuada de shengyin,*  
动听 的声音.  
*dongting de shengyin.*

Die Vase auf dem Dach, wurden wie ein Kristalapfel zerbrochen. Es gab riesiger Schall, schöner Schall.

#### Blog [2]

今天 骑车 上 人行道, 遭遇 三位 警察, 劝说 无效,  
*jintian qiche shang renxingdao, zaoyu sanwei jingcha, quanshuo wuxiao,*  
只得 上供 15 欧元。 [...]  
*zhide shanggong 15 ouyuan.*

Heute bin ich ins Fußgängerweg gefahren und habe drei Polizisten begegnet. Wegen ungelungener Überrede musste ich 15 Euro darbieten.

Die Partikel *bei* 被, welche auf das Passiv verweist, und das Verb *you* werden im Satz des Blogs [1] ausgelassen. Im ganzen Satz aus dem Blog [2] wird auf das Sub-

jektpronomen der ersten Person verzichtet. Die zweite unterstrichene Stelle ergänzt die Ellipse der Kausalkonjunktion.

Lautwörter ahmen Geräusche nach. Unter lautnaher Graphie treten in den Blogs nicht nur Lachen (*hehe* 呵呵, *haha* 哈哈 im Blog [14]) und Weinen (*huahua* 哗哗 im Blog [2]) auf, sondern auch die Nachahmung des Windens (*wuwu* 呜呜), des Regnens (*hualahuala* 哗啦哗啦 im Blog [1]) und des schweren Atmens (*hengchihengchi* 哼哧哼哧 im Blog [13]). Smileys und Homophonie werden in den Blogs selten gebraucht. : ) im Blog [13] stellt ein lächelndes Gesicht dar. Das Nomen *xiu* 秀 ist homophon gebildet zu englisch »show«, so wie *tuokouxiu* 脱口秀 (talkshow), und es gibt im Chinesischen keine andere Bezeichnung.

Von den chinesischen Bloggern wird die Hervorhebung nicht besonders durch Fett-Schreibung der Zeichen, sondern eher durch Reduplikation der Wörter sowie Satzzeichen wie Ausrufezeichen und Fragezeichen erreicht. Das Sonderzeichen ~ kommt nicht nur im Titel vor, sondern häufig auch in den Texten. Das Satzzeichen *Yeyinhao* 曳引号 besteht aus einer vielfachen Wellenlinie ~ und beschreibt die verlängerte, rhythmische, zitternde Stimme.<sup>18</sup> Dieses selbst in der schriftlichen Sprache – wenn auch selten - verwendete Zeichen entwickelt sich im Internet zum üblichen Satzzeichen und signalisiert sowohl Ausdehnung der Stimme, als auch Kompensation verschiedener Emotionen. (z.B. Blog [19])

### 1.5 Fazit und Perspektiven

Unter chinesischen Bloggern sind Blog-Webs immer beliebter. Sie bieten ihnen häufig verschiedene Modi der Blogs an. Die Web-Besucher übernehmen unmittelbar die Modi und fügen den Blogs alles, was sie bevorzugten, hinzu. Beiträge werden im Blog chronologisch angeordnet. Diese zeitliche Ordnung zeigt sich durch

---

<sup>18</sup> Siehe Lei (1998: 117f).



einen Kalender in der Navigation. Außerdem ist das Blog durch eine Vernetzung mit verschiedenen Links charakterisiert.

In Blogs treten zwar in mancher Hinsicht die gleichen Phänomene wie in den anderen Internet-Diensten z.B. Chat und Web-Forum auf, aber denen gegenüber fallen die sprachlichen Abweichungen nicht besonders auf. In Blogs werden Beiträge ordentlich verfasst und veröffentlicht, außer der gelegentlichen Vernachlässigung des initialen Leerfelds zum Beginn jedes Abschnitts. Die Fehlertoleranz in Blogs ist nicht groß. Tippfehler, sowohl in Wörtern als auch in Satzzeichen entstehen vor allem aus dem chinesischen Eingabesystem. Anglizismen werden in Blogs ebenfalls integriert und erscheinen nicht nur in Blog-Titeln, Pseudonymen und Impresen, sondern auch in den Beiträgen. Die Verwendung von Umgangssprache, Dialekt und Akronym in Blogs bleibt jedoch relativ begrenzt. Unter Ellipsen ist das Ausfallen der Pronomen erster Person Singular am häufigsten. Ausgelassen werden könnten Konjunktionen, Partikel sowie Verben. Lautwörter, Smileys und Homophonie werden in Blogs selten gebraucht. Das Sonderzeichen ~ gewinnt in computervermittelter Kommunikation an Bedeutung. Blogger verwenden es in ihren Beiträgen, um die Änderung der Stimme und Emotionen auszudrücken.

Manche sind sich im Bezug der Zukunft des Blogs unsicher, während immer mehr Leute die optimistischere Meinung vertreten, dass der Blog sich neben dem traditionellen Journalismus zu einer neuen Form des Publizierens entwickeln wird.<sup>19</sup>

### Literatur/Internetadressen

- Fang, Xingdong, Junxiu Wang (2003): Boke: E shidai de daohuoze 博客: E时代的盗火者. - Beijing: zhongguo fangzheng chubanshe.  
Fang, Yuqing (2001): Shiyong hanyu yufa 实用汉语语法. – 2. überarbeitete Aufl. – Beijing: Beijing daxue chubanshe.

---

<sup>19</sup> O.a. (30.04.2005). Boke de weilai qushi: buzai shi zaixian jishiben name jianfan 博客的未来趋势: 不再是在线记事那么简单. <http://www.okblog.cn/doc/2005/4-30/2005430154455.htm>. 01.06.2005.

- Guder-Manitius, Andreas (1999): Sinographemdidaktik. Aspekte einer systematischen Vermittlung der chinesischen Schrift im Unterricht Chinesisch als Fremdsprache. Mit einer Komponentenanalyse der häufigsten 3867 Schriftzeichen. Heidelberg.
- Günther, Ulla, Eva Lia Wyss (1996): »E-mail-Briefe – eine neue Textsorte zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit«. In: Hess-Lüttich, Ernest W. B. (Hrsg.): Textstrukturen im Medienwandel. (Frankfurt a. M./Berlin: Lang) 61-86. (= Forum angewandte Linguistik, Band 29)
- Henning, Mathilde (2001): »Das Phänomen des Chat«. In: Ágel, Vilmos, Adreas Herzog (Hrsg.): Jahrbuch der ungarischen Germanistik. (Budapest: Fektete Sas Könyvkiadó Bt. Budapest) 215-239.
- Lei, Zhiyong (1998): Zui xin biaodian zhishi ji yunyong 最新标点符号知识及运用. – Beijing: Beijing yuyan wenhua daxue chubanshe.
- Mayer-Uellner, Robert (2003): Das Schweigen der Lurker: Politische Partizipation und soziale Kontrolle in Online-Diskussionsforen. In: Rössler, Patrick (Hrsg.): Internet Research; Band 8. – München: Verlag Reinhard Fischer.
- Schwitalla, Johannes (2003): Gesprochenes Deutsch: Eine Einführung. – 2., überarbeitete Auflage – Berlin: Erich Schmidt Verlag.

- Beimei zhongwen boke 北美中文博客: URL (01.06.2005): <http://www.westca.com/blogs/>
- Blogbus: URL (03.06.2005): <http://blogbus.com/>
- Blogchina 博客中国: URL (03.06.2005): <http://www.blogchina.com>
- Blogcn 中国博客: URL (03.06.2005): <http://www.blogcn.com/>
- Boke dongli 博客动力: URL (03.06.2005): <http://www.blogdriver.com/default.html>
- Haobowang 好博网: URL (01.06.2005): <http://www.okblog.cn/>
- Ni de boke 你的博客: URL (03.06.2005): <http://www.yourblog.org>
- O.a. (01.05.2005). 2005 quanbu boke wangzhan paiming (zuixinban) 2005全部博客网站排名(最新版). URL (12.05.2005) <http://www.kongjie.com/file/05/5/165.htm>
- research (17.05.2005). Xilie fenxi er ~ si 系列分析二~四. URL (01.06.2005) <http://research.blog-china.com/>
- Schlobinski, Peter (2000): Anglizismen im Internet. URL (15.02.04): <http://www.mediensprache.net/network/>
- Tianya boke 天涯博客: URL (05.2005): <http://www.tianyablog.com/>
- Wangyi buluo 网易部落: URL (03.06.2005): <http://buluo.163.com/>

## Anhang

Nr.	Thema	Adresse	Titel
1	Persönlich	<a href="http://jawei.blogchina.com">http://jawei.blogchina.com</a>	JAWei
2	Persönlich	<a href="http://rotzar.blogcn.com">http://rotzar.blogcn.com</a>	我从东土大唐来 (Ich komme aus der großen Tang vom Osten.)
3	Persönlich	<a href="http://mando.blogdriver.com">http://mando.blogdriver.com</a>	曼陀之花 (Blumen des mandos)
4	Persönlich	<a href="http://fszhugong.yourblog.org">http://fszhugong.yourblog.org</a>	麦田中的守望者 (Wächter im Weizenfeld)
5	Persönlich	<a href="http://boybin.blogbus.com">http://boybin.blogbus.com</a>	斌斌 De 有声 Blog (Binbins akustische Blog)
6	Sport	<a href="http://bulo.163.com/-0jf7.html">http://bulo.163.com/-0jf7.html</a>	热血一脚的那块破布 (jenes arme Tuch von rexue-yijiao)
7	Persönlich	<a href="http://bulo.163.com/-0sN8.html">http://bulo.163.com/-0sN8.html</a>	绿色家园:网友周刊 (grüne Heimat: Wochenjournal für Internetfreunde)

Nr.	Thema	Adresse	Titel
8	Persönlich	<a href="http://bulo.163.com/-4ZSD.html">http://bulo.163.com/-4ZSD.html</a>	121646178的个人主页 (121646178s private Homepage)
9	Erziehung	<a href="http://bulo.163.com/-8bA1.html">http://bulo.163.com/-8bA1.html</a>	箫枫拙见 拙见箫枫 (Xiaofengs unmaßgebliche Meinung)
10	Computergame	<a href="http://bulo.163.com/--093.html">http://bulo.163.com/--093.html</a>	小四川的个人主页 (private Homepage von einem jungen Sichuaner)
11	Persönlich	<a href="http://bulo.163.com/-B_0g.html">http://bulo.163.com/-B_0g.html</a>	云剑丹心 (Wolkenschwert und Rotherz)
12	Persönlich	<a href="http://commerachuang.tianyablog.com">http://commerachuang.tianyablog.com</a>	黑白是彩色 (Schwarz ist bunt.)
13	Persönlich	<a href="http://huxiaodefeng.tianyablog.com">http://huxiaodefeng.tianyablog.com</a>	一起走 (zusammen gehen)
14	Persönlich	<a href="http://smilefencer.tianyablog.com">http://smilefencer.tianyablog.com</a>	笑剑茶楼 (Teehaus vom lachenden Schwert)
15	Gesundheit	<a href="http://qing_fang.tianyablog.com">http://qing_fang.tianyablog.com</a>	青方闲话 (qingfangs Plaudern)
16	Sport	<a href="http://euro_soccer.tianyablog.com">http://euro_soccer.tianyablog.com</a>	soccer ! soccer ! soccer!
17	Persönlich	<a href="http://lvduxing_04.tianyablog.com">http://lvduxing_04.tianyablog.com</a>	驴独行 暗飘零 (Esel geht allein und traurig.)
18	Foto-Blog	<a href="http://wuxiang789.tianyablog.com">http://wuxiang789.tianyablog.com</a>	相看屋上旧树。(einander alte Bäume auf dem Haus ansehen)
19	Persönlich	<a href="http://youshihou123.tianyablog.com">http://youshihou123.tianyablog.com</a>	有时候123 (manchmal 123)
20	Computer	<a href="http://karrison.tianyablog.com">http://karrison.tianyablog.com</a>	K中K@blog (K in K@blog)
21	Persönlich	<a href="http://a_lai.tianyablog.com">http://a_lai.tianyablog.com</a>	阿莱·水墨电台 (alai, Rundfunkstation mit der Tusch)
22	Persönlich	<a href="http://catplum.tianyablog.com">http://catplum.tianyablog.com</a>	@苹果·布丁·猫@ (Apfel-Pudding-Katze)
23	Nationalismus	<a href="http://fuxinji.tianyablog.com">http://fuxinji.tianyablog.com</a>	腐心集 (Album des Herzens)
24	Persönlich	<a href="http://www.westca.com/blogs/blog_5.12.php">http://www.westca.com/blogs/blog_5.12.php</a>	只因为爱你 (nur weil ich dich liebe)
25	Persönlich	<a href="http://www.westca.com/blogs/blog_carol.php">http://www.westca.com/blogs/blog_carol.php</a>	太阳照得懒洋洋的正午的猫 (eine am Mittag unter dem Sonnenschein liegende schlaffe Katze)
26	Persönlich	<a href="http://www.westca.com/blogs/blog_Deborah.php">http://www.westca.com/blogs/blog_Deborah.php</a>	病都演义 (Geschichte der kranken Stadt)
27	Persönlich	<a href="http://www.westca.com/blogs/blog_u1563.php">http://www.westca.com/blogs/blog_u1563.php</a>	紫苏 (purple Su)
28	Persönlich	<a href="http://www.westca.com/blogs/blog_u2478.php">http://www.westca.com/blogs/blog_u2478.php</a>	寄居蟹在找窝 (Einsiedlerkrebs ist beim Suchen einer Wohnstätte.)
29	Persönlich	<a href="http://www.westca.com/blogs/blog_wei.php">http://www.westca.com/blogs/blog_wei.php</a>	采薇陌上 (Rosen auf dem Rain pflücken)
30	Persönlich	<a href="http://www.westca.com/blogs/blog_wuqiu.php">http://www.westca.com/blogs/blog_wuqiu.php</a>	秋风呖语 (Faselei vom Herbstwind)

## 2 **SPRACHLICHE UND TEXTUELLE ASPEKTE IN DEUTSCHEN WEBLOGS**

### Summary

The German blogosphere has tremendously expanded in recent years, and today around 50,000 weblogs have been counted. Weblogs are very heterogenous and tend to deal with a variety of subjects. In our paper we explore linguistic and textual features of weblogs. For our analysis we distinguish between medial und conceptual orality and literacy on the basis of the two-poled model proposed by Koch/Oesterreicher (1994). According to this model, texts can be mapped onto a continuum between the extremes of conceptual orality and literacy by considering its linguistic characteristics. Within this continuum weblogs can be located between usual websites and other forms of asynchronic communication (discussion forum), and forms of quasi-synchronic communication (chat) as well. Linguistically, colloquial lexical items, elliptical constructions, discourse markers, phenomena of assimilation and deletion can be found. This means, that weblogs are located in the direction of conceptual orality. Regarding to orthographic norms, bloggers follow orthographic conventions, e.g. upper and lower case, but in contrast to normal websites the fault-tolerance is higher, especially in private blogs.

The weblog data show specific grapho-stylistic forms as smileys, iteration of letters, and capital letters for emphasis as known from other forms of computer-mediated communication.

### 2.1 Blogosphäre in Deutschland

Die Blogosphäre ist ein dynamisches Netzwerk, das aus tausenden von Communities und abertausenden Weblogs besteht, »die locker untereinander vernetzt sind und deren Grenzen sich überlagern« (Sixtus 2005: 149). Nach einer Untersuchung aus dem Jahre 2002 (Abb. 1) und einer Statistik von Blogstats (Abb. 2) lassen sich die

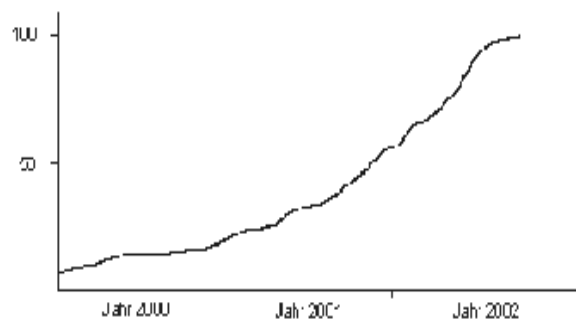


Abb. 1: Anzahl der Blogs in den Jahren 2000–2002  
Quelle: <http://www.tzwaen.com/publikationen/weblogumfrage2002/>. Rev. 2004-10-05.

exponentielle Weblog-Entwicklung und die Expansion der Blogosphäre nachvollziehen. Seit Anfang 2000 stieg die Anzahl der Weblogs stetig an und explodierte in den letzten zwei Jahren.

Ein Ende des Booms ist nicht

abzusehen, Ende April wurde in Deutschland die Marke von 50 000 Blogs überschritten<sup>1</sup>. Mit dem rasanten Wachsen der Blogosphäre in Deutschland nimmt die Heterogenität der Weblog-Formen zu. Trotz der Tatsache, dass Audio- und Video-Blogging wie auch Foto-Blogs eine immer größere Rolle spielen, sind Blogs weiterhin vorwiegend eine textuelle Kommunikationsform. Innerhalb der großen Zahl von Weblogs finden sich unzählige Varianten »hinsichtlich Leserzahl, Qualität und den damit verbundenen Absichten. Auch in Bezug auf Formen und Inhalte haben

---

<sup>1</sup> <http://lumma.de/eintrag.php?id=1534>. In der dieser Statistik zugrunde liegenden Untersuchung wurden Blogs gezählt, die mindestens 2 Artikel haben, bei denen der Zeitraum zwischen dem ersten und letzten Artikel mindestens 4 Stunden beträgt, die einen zentralen Dienst pingten, die eine valide RSS- oder Atom-Datei haben und die nicht passwortgeschützt sind.



Abb. 2: Anzahl aktiver Blogs in Deutschland der letzten 12 Monate  
 Quelle: <http://blogstats.de/>; es findet sich nunmehr (im September) leider keine 12-Monate-Statistik mehr.

sich unterschiedliche Arten von Weblogs herausgebildet. Es lassen sich kollaborative Weblogs, Online-Tagebücher, Weblogs mit regionalem Bezug, zur Vorbereitung einer Veranstaltung oder eines Ereignisses, Experten-Weblogs, Nachrichten-Digests als Medienfilter-Angebote und Dienstleistungs-Weblogs in kommerzieller Absicht unterscheiden« (Schönberger 2005: 282).

Entsprechend dem Wachstum und der Diversifikation ist das Themenspektrum der deutschen Blogosphäre recht heterogen, wie man anhand der Statistik in Abb.

3 sehen kann, in der die häufigsten Themen erfasst sind. Um die Themen aus der Blogstats-Datenbank zu extrahieren, wurden in einer inhaltsanalytischen Untersuchung zum einen die am häufigsten benutzten Keywords analysiert, zum anderen aber

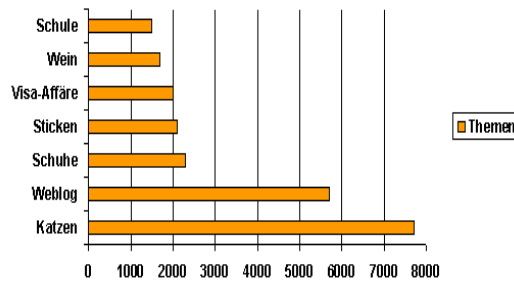


Abb. 3: Häufigste Themen nach Anzahl der Blogs im Jahre 2005 (Stand 1.4.2005)

auch einige semantische Verknüpfungen über Artikelgrenzen hinweg genauer beobachtet.

Interessant sind auch die Verlinkungsstrukturen in der deutschsprachigen Blogosphäre<sup>2</sup>. Dabei wird deutlich, dass Spiegel Online<sup>3</sup> sehr häufig verlinkt wird, gefolgt von Heise.de und Tagesschau.de; der erste Blog folgt auf Platz 14: Spreeblick<sup>4</sup>. Generell wird in erster Linie auf journalistische Angebote verwiesen. In der Top-100-Liste der Weblogs steht bei Blogstats<sup>5</sup> an erster Stelle der BILDblog<sup>6</sup>, an zweiter Spreeblick<sup>7</sup>, gefolgt von Industrial Technology & Witchcraft<sup>8</sup> und Plastic Thinking: Moe's Blog<sup>9</sup>.

In den Verlinkungsstrukturen und den Themen spiegelt sich zweierlei wider: Zum einen steht das Blogging in Zusammenhang mit journalistischen Angeboten, sei es komplementär oder als Reaktion auf Mediendefizite, als eine neue Form des Bürgerjournalismus. Zum anderen sind Weblogs Ausdruck individueller Meinungskundgabe zu gesellschaftlichen und privaten Fragestellungen. In der Untersuchung von Schmidt (2005) stechen zwei Verwendungsweisen aus seinen untersuchten Fällen hervor: »Das Weblog als persönliches Journal sowie als Mittel für fachliche Information und Austausch. In beiden Fällen schätzen die Befragten an der Kommunikationsumgebung, dass sie weitgehende Kontrolle über die Art der präsentierten Inhalte erlaubt und den Kontakt mit anderen Personen erleichtert« (Schmidt 2005: 64). Nach einer Umfrage des BlogAds-Gründers Henry Copeland von insgesamt 30 000 Personen lesen 75 % der Befragten Weblogs, weil sie dort Informationen finden können, welche sie nur dort finden, und die Zahl der besuchten Weblogs liegt durchschnittlich bei fünf pro Tag<sup>10</sup>.

---

<sup>2</sup> <http://lumma.de/eintrag.php?id=1450>. Analyse gibt den Stand vom 1.1.2005 wieder.

<sup>3</sup> <http://www.spiegel.de/>

<sup>4</sup> <http://www.spreeblick.com/>

<sup>5</sup> <http://blogstats.de/index.php?show=top100>. Rev. 2005-09-22.

<sup>6</sup> <http://www.bildblog.de/>

<sup>7</sup> <http://spreeblick.com/>

<sup>8</sup> <http://www.industrial-technology-and-witchcraft.de/>

<sup>9</sup> <http://weblog.plasticthinking.org/>

<sup>10</sup> <http://www.webwork-magazin.net/news/artikel/2902>

Blogosphäre in Deutschland
<b>Infos zu deutschen Blogs</b>
<p><a href="#">BLOGG.de</a> [336], wichtiges deutsches Blog-Portal, hat ein Verzeichnis über deutsche Blogs und andere Hinweise. Einen Überblick geben auch die <a href="#">Blogger-Karte</a> [337], der <a href="#">Blogscout</a> [338], das Weblogverzeichnis unter <a href="#">B Logs</a> [339] sowie das <a href="#">RSS-Verzeichnis</a> [340]. Unter <a href="#">Blogger</a> [341] kann man leicht ein eigenes Weblog einrichten. Hilfreich ist eine Liste deutschsprachiger <a href="#">Weblog-Hoster</a> [342]. Eine Volltext-Suche über 18 Mio. Weblogs bietet <a href="#">Technorati</a> [343], eine erweiterte <a href="#">Google</a> [344].</p>
<b>Ausgewählte Blogs</b>
<p>Artikel <a href="#">20 Blog</a> [345], <a href="#">BLDblog</a> [346], <a href="#">medienrauschen</a> [347], <a href="#">metablocker</a> [348], <a href="#">Der Schockwellenreiter</a> [349], <a href="#">sofa. rites de passage</a> [350], <a href="#">stern blogs</a> [351], <a href="#">WORTFELD</a> [352], <a href="#">ZEIT Weblogs</a> [353].</p>
<b>Statistisches zu deutschen Blogs</b>
<p><a href="#">Blogstats</a> [354] analysiert die deutschsprachige Blogosphäre. Weiterführende Auswertungen finden sich in <a href="#">lummaland</a> [355].</p>
<b>Weblog-Lexikon und Weblog-FAQ</b>
<p>In einem interaktiven <a href="#">WeblogLexikon</a> [356] sind Begriffe rund um das Weblogging zusammengestellt, häufig gestellte Fragen werden unter <a href="#">Weblogs FAQ</a> [357] beantwortet. Aktuell informieren und austauschen kann man sich im <a href="#">BloggerForum</a> [358].</p>
<b>Publikationen</b>
<p>Alphonso/Pahl (2004), Fikisz (2004), Koch/Haarland (2004), Möller (2005), Schmidt (2005), Schönberger (2005).</p>

Weblogs als Form journalistischen Arbeitens und als mediendemokratisch basierte Konkurrenz zu etablierten Medien gewinnen zunehmend an Bedeutung<sup>11</sup> und beherrschen die öffentliche Diskussion um das Blogging. Neben den journalistisch orientierten Weblogs gibt es aber eine »wachsende Zahl persönlicher Tagebücher, die als Weblog geführt werden und sich vor allem deren einfach zu bedienende Technik zu Nutze machen. Etliche Weblogs enthalten eine Mischung aus Kommentaren, Netzfunden und Tagebuch-Einträgen und dienen in erster Linie der Unterhaltung

<sup>11</sup> S. hierzu auch [http://www.ojour.de/forschung/index\\_weblogdossier.php](http://www.ojour.de/forschung/index_weblogdossier.php) sowie Bucher (2005).



oder der persönlichen Selbstdarstellung im Internet« (Wikipedia 2005-09-2112). Während in den professionellen journalistischen Weblogs klassische Medieninhalte und journalistische Formen auf die neue Kommunikationsform übertragen bzw. in sie »exportiert« werden, sind es die privaten, dem Tagebuch ähnlichen Blogs, die Variationen in Form und Ausgestaltung aufweisen und die daher für sprachwissenschaftliche Untersuchungen besonders interessant sind.

### 2.2 Empirische Basis

Aus dem letztgenannten Grund sind für die Untersuchung in erster Linie private Weblogs herangezogen worden. Von insgesamt 30 wurden lediglich fünf professionelle Weblogs ausgewählt. Für die Auswahl der privaten wurde ein Weblog-Verzeichnis herangezogen (B|Logs Weblogverzeichnis), von dem jeder 15. deutschsprachige Eintrag resp. Weblog Eingang in das Korpus gefunden hat. Abgewichen wurde von diesem Auswahlchema, wenn der so gewählte Weblog entweder ausschließlich Bildmaterial enthielt (Fotoblog), er zweifelsfrei als inaktiv zu erkennen war oder die Gesamtzahl an Zeichen 4 000 Anschläge unterschritt. In solchen Fällen führte der 16. Eintrag zum auszuwertenden Weblog usw. Bei den fünf professionellen Weblogs hingegen kam ein Mischverfahren zur Anwendung.

Auch wenn repräsentative Aussagen weder mit der vergleichsweise geringen Anzahl an Weblogs noch mit der der ausgewerteten Postings resp. Zeichen gemacht werden können, sollte das Korpus dieses Umfangs so aussagekräftig wie möglich sein. Hierbei sei angemerkt, dass als repräsentativ gekennzeichnete Aussagen über Weblogs ohnedies als eher fragwürdig gelten müssen, da ein *prototypischer* Weblog noch weniger existiert als *die* prototypische Chat- oder Jugendsprache. Mit Markus Breuer gesprochen: »Eine der ganz wenigen Aussagen, die mit »Die Blogger« beginnt und uneingeschränkt stimmt, geht mit »betreiben ein Weblog« weiter.« (zit. nach

---

<sup>12</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Weblog>

Sixtus 2005b: 149). Die formale, funktionale, sprachliche und inhaltliche Ausgestaltung von Weblogs hängt von so zahlreichen Variablen wie Intention, u.U. definierte Zielgruppe, Ansprüchen und letztlich Persönlichkeitsmerkmalen ab, dass von *dem* Weblog nicht ausgegangen werden kann. Aussagen im Rahmen dieses Beitrags sind letztlich nur auf die untersuchten Weblogs anwendbar und nicht verallgemeinerbar.

Außer Acht gelassen werden mussten all jene Weblogs, die auf einer eigenen Software basieren und so ggf. nicht in der genannten Liste aufgeführt wurden. Grundsätzlich gelistet werden nur solche Blogs, die über einen Weblog-Hoster betrieben werden und/oder mittels ›Ping‹ in Listen aufgenommen worden sind (vgl. 2.3). Von diesen auf diese Weise zusammengestellten Weblogs wurden in einem zweiten Schritt so viele vollständige Postings ausgewählt, bis eine Textmenge von mindestens 4 000 Zeichen für die sprachliche Analyse gewonnen wurde.

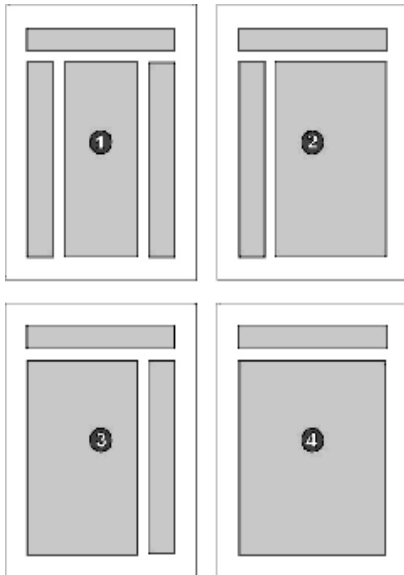
### 2.3 (Hyper)textueller Aufbau

In aller Regel sind Weblogs keine eigens von der oder den jeweils betreibenden Personen erstellten Websites, sondern basieren auf kleinen Content-Management-Systemen (CMS), welche spezielle Anbieter, so genannte Weblog-Hoster – je nach Funktionsumfang kostenfrei oder im Abonnement – zur Verfügung stellen<sup>13</sup>. Hierbei werden also nicht nur die Webseiten gehostet, sondern auch ein System angeboten, mit dem sich diese bequem ›erstellen‹ und pflegen lassen. Damit hängt die Qualität in Bezug auf Interaktivität, Kommunikationsangebot, Multimodalität etc. vorwiegend vom Hoster ab. Denn hinter der Fassade eines Weblogs liegen grundsätzlich so genannte Templates (›Schablonen-Seiten), in welche Datenbankwerte an vorher

---

<sup>13</sup> Zwar gibt es auch zahlreiche, vorwiegend PHP-basierte Systeme wie WordPress oder b2evolution. Allerdings werden diese aufgrund des Wartungs- und Kostenaufwands selten auf eigenen Servern installiert. Letztlich lässt sich, entsprechende Kenntnisse vorausgesetzt, mit wenigen Mitteln auch ein eigenes System erstellen. In den untersuchten Weblogs wurde dies jedoch nur in einem Fall realisiert. Alle anderen Weblogs, auch die professionellen von ZEIT und WirtschaftsWoche, sind gehostet (in diesen Fällen von blogg.de).

definierte Orte automatisch eingefügt werden (vgl. auch das Editorial). So wird etwa das im Vergleich zum papierenen Tagebuch umgekehrte und sinnvolle Prinzip ›aktueller Eintrag steht an erster Position‹ überhaupt erst ermöglicht. Zweckmäßig für besonders umfangreiche Einträge ist auch die (automatische) Funktion, Beiträge auf



der Homepage nach einer definierten oder definierbaren Länge abzuschneiden und mittels eines Hyperlinks namens *Weiterlesen*, einer verlinkten Überschrift o.Ä. auf eine Detailseite zu verweisen, auf der sich der vollständige Text ›befindet‹. Tatsächlich sind die Texte auf jenen Seiten nicht real existierend, sondern sie werden dynamisch aus Datenbankinhalt und Template erstellt. Warum ein solches Verfahren angewendet wird, liegt auf der Hand: 1. werden je nach

Hoster tausende von Weblogs verwaltet, deren Texte Speicherplatz in Datenbanken benötigen. Würden die Einträge als jeweils eigene HTML-Seiten erstellt, käme es zu einer zweiten und damit unnötigen wie ineffizienten doppelten Speicherung, die in der Summe erheblichen Speicherplatzes bedürfte. 2. sind weitere dynamische Inhalte wie Kommentare (sofern erfolgt) auf der Detailseite verortet, die eine ständige Seitenerneuerung zur Folge hätten. Schließlich lassen sich 3. auch die Templates mehr oder minder umfangreich individuellen Vorstellungen anpassen, sodass eine solche Anpassung eine vollständige Neugenerierung aller bis zum Zeitpunkt der Veränderung erstellten Einträge erforderlich machen würde. Dank der dynamischen Erzeugung von Seiten zeigen sich nach einer Anpassung des Templates sämtliche, auch alte Einträge im neuen Gewand. Startseiten werden allerdings meistens auf

Grund der häufigen Zugriffe und um die Zugriffe auf die Datenbanken zu reduzieren statisch publiziert.

Was bei Templates verändert oder an zusätzlichem ›Material‹ eingebunden werden kann – und an welcher Stelle –, entscheidet letztlich der Hoster. Zu den grundlegenden Gestaltungspotenzialen gehören der Hintergrund (als Farbe oder Bild), Schriftart und -farbe, davon unabhängig die Hyperlinks oder der Header (ggf. mit Bild). In seltenen Fällen, zumeist bei eigenen Systemen, lassen sich verschiedene ›Layoutprofile‹ (*Skins*) erstellen und es wird hierbei dem Nutzer per Dropdownliste oder Link(s) überlassen, das von ihm gewünschte Layout einzustellen (Blog [14]). Ändern lässt sich hierüber manchmal nur solches, das mittels CSS (Cascading Style Sheets) definierbar ist; strukturelle oder gar sprachliche Objekte sind von einer Änderung ausgeschlossen. Möglich ist jedoch u.U. eine differierende Anordnung von Elementen.

Ein typisches Layout ist ein sich horizontal erstreckender Header, versehen mit dem Titel des Weblogs und oftmals einem grafischen Element, und darunter eine Zwei- oder Drei-Spalten-Anordnung (auch ›Säulen‹ genannt). Bei drei Spalten (Abb. 4, Typ 1) liegen in der Regel die Hauptnavigation (Startseite, Kalender, Archiv etc.) in der linken Spalte, der Beitrag im größten mittleren Bereich sowie zusätzliche, teils vom Kontext abhängige Navigationselemente wie Suche, (Werbe-)Buttons, Counter etc. in der dritten rechten Spalte. Auch der obligatorische RSS-Feed-Link befindet sich – häufig als Button – zumeist im rechten Bereich oder in einem Fuß. Wurde ein 2-Spalten-Layout gewählt, wird oftmals die linke Spalte für die Navigation gewählt (Typ 2), seltener die rechte (Typ 3), wenngleich dies letztlich auch eine Frage des Trends ist und sich im zeitlichen Verlauf immer wieder verschiebt. Nur selten wird auf eine Navigationsspalte verzichtet und diese im Seitenkopf untergebracht (Typ 4). Gelegentlich befinden sich trotz Navigationsspalte Teile der Basisnavigation auch im Header: So sind beim Hoster [blogg.de](http://blogg.de) stets die Elemente *Startseite*, *Suche*, *Archiv*,

*RSS Feed* und *Impressum* im Kopf platziert. In der Summe folgt das Weblog-Layout damit einem typisch journalistischen Design, auch wenn derzeit bei Nachrichtenangeboten ein Trend in Richtung Simplizität konstatiert werden kann (z.B. bei *stern.de*). Der Hoster-Blogger verzichtet bei der Standardeinstellung vollständig auf Navigation im Kopf und bringt diese in der Seitennavigation unter.

Auf sprachlicher Ebene lassen sich üblicherweise, sofern nicht sogar das gesamte HTML-Template veränderbar ist, nicht nur die Listeninhalte wie Linkempfehlungen und deren Bezeichnungen auffüllen oder die Inhaltskategorien (Inhaltsrubrikbezeichnungen), sondern auch die sämtliche Links strukturierenden Überschriften anpassen, so etwa die Rubrikbezeichnung für die Linkempfehlungen (*Friends & Web, Link*) oder die des Archivs (*Archiv*).

Bereits an dieser Stelle lohnt ein sprachlicher Blick auf die Bezeichnungen. Zum einen muss dem Weblog selbst ein Name gegeben werden.<sup>14</sup> Hier stehen informierende Titel wie *Gesundheits-Blog*, *Rauchen & leben* und *Lady H PRIVAT* neben assoziativen wie *Abgezockt* und *Kleine\_Katze\_1* sowie Kunstwörtern wie *BaniPani*. Auch Ableitungen (*Orangata*), Wortkreuzungen wie *Personal Babblishing* (aus engl. *to babble* und *publishing*) oder einfache Komposita (*netmeier[.de]*) werden für Blog-Bezeichnungen herangezogen, ferner Stilstika wie Homophonie in *7T9* (= seventy-nine) und typographische Elemente bei *ALLES allTÄGLICH* (die Versalien ergeben wiederum *alltäglich*). Daneben findet sich im Korpus die Bezeichnung *ge\*flöt\*e*, die wie *un~LOG~isch* Morphemgrenzen mittels Sonderzeichen visualisiert; *LOG* wird als Basis und abgeleitet von *Logbuch* und der Verbstamm *flöt* wird formal wie ein Inflektiv<sup>15</sup> markiert. Festzuhalten ist im einen wie im anderen Fall, dass Blogger in Bezug auf die Namen ihrer Blogs kreativ und spielerisch mit ihrer Sprache umge-

---

<sup>14</sup> Wie in Chatrooms, bei E-Mail-Adressen (innerhalb einer Domain) und Domainnamen selbst muss dieser im Rahmen eines Hosters eindeutig sein, sofern keine eigene Domain für den Weblog beantragt wird. Eine eigene Domain wurde immerhin für 19 von 30 untersuchten Weblogs beantragt. Aber auch diese muss freilich einmalig sein. Betrachtet werden sollen hier allerdings nicht die URLs, sondern die Bezeichnungen.

<sup>15</sup> Hierfür spricht die chattypische Verwendung von Asterisken.

hen, was sich so als Parallele zur computervermittelten Kommunikation, etwa in Bezug auf Nicknames oder Mailboxnamen, erweist.

Dies gilt in ähnlichem Maße, aber deutlich geringerem Umfang für die Linkrubrikbezeichnungen. Hier wird im Blog [18] etwa für die Suchoption das Adjektiv *Wanted* verwendet, in Blog [21] *Suchbox* bzw. *Search teh site* (»the« wird im gesamten Blog in *teh* verkehrt). Für Linkempfehlungen existieren Bezeichnungen wie *Favoriten* (Blog [6]), *WasDuBlogst* (Blog [8]), *Railroads* (Blog [18]), *Links auf Rechts*<sup>16</sup> (Blog [24]) oder *Lieblinks* (Blog [20]) als Tilgung eines – lautlichen – »Reduplikationselements«. Im Blog [19] wird statt *über mich* (so z.B. in Blog [20]) schlicht *ich* verwendet, in *Ela's Blog* [10] *100x Ela*, wohinter sich 100 Aufzählungspunkte mit Angaben zur Person verbergen, und in Blog [24] *Pfundiges Profil*. Letzterer ist einer derjenigen wenigen Blogs, bei denen Sprachspiel durchgehend hervorsteht; so werden in *Tapo's Kaffeestube* (Blog [24]) stets Formulierungen verwendet, die in Verbindung mit Kaffee/Kulinarik stehen, z.B. unter der Bezeichnung *Beilagen* die Links zur Startseite (*Home Sweet Home*) und zu persönlichen Informationen (*Pfundiges Profil*), die letzten Einträge werden mit *Lauwarmer Luwak* überschrieben, das Archiv mit *Kalter Kaffee*. Der »wenig bedeutsame« Inhalt des Weblogs [21], *Personal Babblishing*, wird unterstrichen durch den Slogan *NOT WORTH IT* sowie mit *HANDMADE LOREM IPSUM*<sup>17</sup>. Analog gebildete Bezeichnungen zum Weblog-Titel *Was du redest!* finden sich in *WasDuBlogst* (für Blog-Empfehlungen) und *WasDuMitmachst* (für Mitmachaktionen). Blog [18] ist als letztes Beispiel zu nennen; über die bereits genannten Beispiele hinaus werden die RSS-Buttons mit *Futter* (von *RSS-Feed*) sowie die (Werbe-)Buttons als kleine Form des Banners *Fähnchen* (engl. *Banner*: Fahne) bezeichnet. Dass hier keine Aversion gegen Anglizismen vorliegt oder gar den Übersetzungsempfehlungen des Vereins deutsche Sprache e.V. (vgl. Abschnitt

---

<sup>16</sup> *Rechts* bezieht sich auf die Positionierung in der rechten Navigationsspalte.

<sup>17</sup> Lorem ipsum [dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr ...] wird als klassischer inhaltsleerer Fülltext in der Satz- und Grafikbranche verwendet.

2.4) gefolgt wird, beweisen Belege wie *Wanted* sowie Inhaltsrubrikbezeichnungen wie *Applepie*, *Bones and beans*, *Bullet of the week*, *Bushfire*, *Highnoon*, *Holy Jesus* etc. Abschließend sei angemerkt, dass innerhalb des behandelten Rahmens der kreative Umgang mit Sprache auf private Blogger beschränkt bleibt.

Die Generierung von Inhalt ist dank des Mini-CMS (produktionstechnisch) einfach im Vergleich zur klassischen privaten Homepage mit ihren Linkstrukturen und z.T. vielseitigeren Rubriken, die das Anlegen einer Verzeichnis- und Dateistruktur sowie oftmals unterschiedlicher Templates erfordern. In Weblogs existiert nur *eine* Form von Inhalt auf Seiten des Betreibers, für die eine Überschrift, ggf. eine Kategoriezuweisung und schließlich der Eintrag selbst eine hinreichende Angabe darstellen. Informationen wie Datum und Uhrzeit der Generierung sowie Links wie »kommentieren«, Permalink, »Trackback« oder »Seite empfehlen« (s.u.) übernimmt, soweit verfügbar und gewünscht, der Server.

Hinsichtlich des Beitragstextes sind vor allem mikrostrukturelle Texteeigenschaften definierbar, insbesondere typografische Auszeichnungen (Fette, Kursive, Schriftgröße und -farbe). Auf makrostruktureller Seite überwiegt die Einbindung von visuellen und selten auditiven oder gar audiovisuellen Medien wie Fotos, Bildern und Filmen, daneben Hyperlinks, die auf externe Inhalte referieren (s. Abb. 1 im Editorial). In den untersuchten privaten 25 Weblogs werden diese allerdings eher verhalten gesetzt mit der Tendenz abnehmend mit dem Grad von Persönlichem (besonders bei den dem Tagebuch verwandten Weblogs).

Etwas ausgeprägter fällt die Medienintegration aus. Vorwiegend statische Bilder und Fotos sowie teils animierte, teils statische Grafik-Smileys werden eingearbeitet, die in der Integration im Web-Editor begründet sind. Ein Sechstel der untersuchten Blogs besteht ausschließlich, drei weitere bestehen überwiegend aus Texten. Üblich ist bei einer Einbindung von Medien die von Urlaubs- und Ausflugsfotografien sowie von Fotos aus alltäglichen Lebensbereichen, vereinzelt unterbrochen durch

Scans von Briefen oder Titelblättern in Medien, über die im Beitrag reflektiert wird. Obgleich Fotoblogs nicht im Korpus aufgenommen wurden, sind zwei Blogs ausnehmend bildlastig<sup>18</sup> (Blogs [18, 28]). Nahezu alle Bild-Text-Verhältnisse sind als komplementär oder kongruent zu bezeichnen, kontradiktorische Bezüge liegen selten und vor allem im Blog [18] (als Satire) vor.

Integriert werden können auch externe Inhalte wie Wettervorhersagen, Counter, TOP-X-Linklisten oder Zugriffsstatistiken, wenn sie nicht, wie beim Hoster *blogigo*, fester Bestandteil einer Spalte ist: Hier wird im Bereich *Weblog Status* Auskunft über die bisherige Besucherzahl, das Eröffnungsdatum des Weblogs und den Besitzer (s.u.) erteilt.

Zentraler Bestandteil sind die Handlungsspielräume seitens der Rezipienten. Hier konkurrieren verschiedene Rückkanäle miteinander: Der gängigste, der mit einer Ausnahme (Blog [12]) bei allen untersuchten Blogs verfügbar ist, ist die Kommentarfunktion (für eigene Systeme z.B. »backBlog«). Hier wird den Rezipienten die Möglichkeit gegeben, unmittelbar auf die Beiträge einzugehen. Sie befinden sich ausschließlich auf den Detailseiten, werden aber in aller Regel auf der Homepage angekündigt. Nicht bei allen Systemen wird wie in Blog [20] die Flexion an den Numerus angepasst (kein Kommentar: *kommentieren?*; einer oder mehrere Kommentare: *Ein Kommentar* bzw. *X Kommentare*). So liegt etwa bei Blog [18] mit der Einheitsform *Kommentare (X)* beim Sing. keine Kongruenz vor.<sup>19</sup> Um dies zu umgehen, können unabhängige oder innovative Formen wie *Mitreden.X* gebraucht wer-

---

<sup>18</sup> Abgrenzungskriterium für text- und bildlastig ist der Aussagekern: Erschließt sich der Inhalt eher über das Bild: bildlastig, eher über den Text: textlastig; falls parallel durch Text und Bild, wollen wir dies als eine ausgewogene Text-Bild-Komposition ansehen. Wenn es etwa um ein Urlaubsfotoalbum geht, bei dem der Text lediglich dem Entschlüsseln von Ort und Zeit dient: bildlastig. Wenn aber ein Foto lediglich *ein* Element (etwa bei einem Bericht) punktuell ergänzt oder illustriert (was bei einem Fotoalbum per definitionem nicht vorkommt), würde es als textlastig gelten.

<sup>19</sup> Auch bei den Inhaltsrubrikbezeichnungen kommen Numerus-Fehler vor: Bei Blog [8] etwa hat die Bezeichnung *Thekenstorys* den korrekten Numerus in der Navigationsspalte, nicht aber unterhalb des jeweiligen Postings (es ist in diesem Fall nur *eine* *Thekenstory*).



den (Blog [7]).<sup>20</sup> Als zweite Möglichkeit kann bei eigenen Systemen eine »Shoutbox« implementiert werden, die für kurze Rückmeldungen geeignet und mit Grafik-Smileys ausgestattet ist (Blog [25]). Zum Dritten lässt sich ein Gästebuch bereitstellen, das für längere und allgemeine Rückmeldungen vorgesehen ist (nur in den Blogs [11, 17, 23, 25] realisiert). Eine Möglichkeit, auf externe Beiträge hinzuweisen, bietet Trackback, das in den meisten Blogs verfügbar ist. Hierbei wird bei einem Verweis auf einen Blog mittels Permalink<sup>21</sup> – bei der Fortentwicklung Pingback vollautomatisch – der verweisende Beitrag verlinkt.

Neben der Rückmeldungsoption dienen diese Module auch der Bindung an den Weblog. Unterstützend wirken hier ebenfalls ein Newsletter (nur im professionellen Blog [5]) sowie die Möglichkeit, einen Beitrag bzw. dessen URL zu versenden (ebenfalls nur ein einziges Mal möglich, Blog [16]). Fest implementiert in blogigo-Blogs ist die Funktion des *Bookmarking*, d.h. die Aufnahme der aktuellen Webseite in die Favoritenliste (neben blogigo weitere zwei Male realisiert). Schließlich sorgen RSS und Varianten (Atom, OPML) für eine Bindung, indem sie die aktuellsten Headlines ohne einen Besuch der Website in einen entsprechenden Reader liefern – natürlich mit einem Link zum Beitrag.

Zu guter Letzt stehen den Weblog-Betreibenden auch Variablen zur Beschreibung der Person zur Verfügung, deren Umfang wiederum vom Hostler abhängt. Angaben wie (Nick-)Name und Wohnort sind hierbei selbstverständlich, solche wie Haustiere oder Lieblingsfarbe eher selten verfügbar. Zwölf Blogs enthalten jedoch keinerlei Informationen zum Blogger, fünf nur den Nickname sowie den (servergenerierten) Eröffnungstag des Blogs, wobei diese sämtlich bei blogigo gehostet werden und diese Information offensichtlich nicht abgeschaltet werden kann. Acht Blogger geben Auskunft mindestens über den vollständigen Namen, Wohnort und E-Mail-Adres-

---

<sup>20</sup> Ähnlich: *Gib deinen Kommentar ab, los!* bzw. *Schon total viele Kommentare (X)* im Blog [24], wobei auch bei einem Kommentar die zweite Form aufgeführt wird.

<sup>21</sup> Dies bedeutet nichts anderes, als dass jedem Beitrag ein eindeutiger URL zugewiesen ist. Interessant ist, dass mittlerweile Analogiebildungen wie *Permalogin* (blogg.de) existieren.

sen, wobei teilweise auch ausdrücklich finanzielle Interessen dahinter stehen (*Selbstverständlich verdiene ich mein Geld auch im Medium Internet. Das heisst ich bin natürlich käuflich und nehme entsprechende Anfragen gerne an ;-),* Blog [19]). Davon abgesehen nimmt die Bereitschaft zur Auskunft über persönliche Daten mit zunehmendem Alter ab. Es sind die jungen Blogger im Korpus, die Angaben bis zur Schuhgröße (44–46 (*wie es halt ausfällt*), Blog [25]) preisgeben. Vielfach stecken jedoch hinter den Informationen – selbst hinter den 100 Punkten zum Blogger [10] – kaum mehr als Angaben zum Lebensmotto, Lieblingstier, zur Kaffeesucht oder Haarfarbe:

[...]

053: hab gerne Leute um mich

054: kann aber auch das Alleinesein genießen

055: ich wollte mal mit 14 in einem Zirkus jobben

056: und mir von dem Geld ein Pferd kaufen

057: ich würde mich gerne mal wieder verlieben

058: eines Tages kommt Mr. Right daher gelaufen

059: der bekommt erstmal Ärger, weil er sich so lange versteckt hat

060: ich schlafe nackt

061: ein Schlafanzug engt mich nur ein

[...]

Quelle: Blog [10]

Interessant sind diese Angaben insbesondere vor dem Hintergrund der Veröffentlichung zum Teil sehr persönlicher Inhalte und Ansichten – wenngleich überwiegend und weitestgehend nicht unter vollständiger Identität (sofern überhaupt davon ausgegangen werden kann, dass getätigte Angaben und Zuschreibungen der Wahrheit entsprechen).<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Der Hoster blogigo trägt im Übrigen dem Wunsch oder der Forderung nach persönlicher Note Rechnung, indem bei jedem Posting zwei Variablen ausgefüllt werden (können): Stimmung und Musik (die gerade gehört wird).

Möchte man Weblogs in die derzeit verfügbaren Hypertextsorten einordnen (vgl. hierzu Jakobs/Lehnen 2005, auch Storrer 2004), sind die zuletzt genannten persönlichen Angaben auch schon summarisch vorwiegend das, was sich bislang hinter der »Persönlichen Homepage« verbarg. Von dieser Form, die strikt nach Hobbys, Familie, Arbeitsplatz o.Ä. mittels Navigation unterscheidet, ist wenig wiederzufinden. Ob allerdings deshalb eine Verortung von Weblogs »zwischen ›normalen‹ Webseiten und asynchronen Formen der computervermittelten Kommunikation (wie E-Mail oder Diskussionsforen)« (Schmidt 2005: 9) gerechtfertigt ist, muss offen bleiben. Tatsache ist, dass Weblogs durchaus besagte Inhalte zu Hobbys oder zum Familien- (oder Single-)leben beinhalten, allerdings unstrukturierter zwischen oder inmitten von zahlreichen Postings (strukturierend wirkt höchstens eine Rubrizierung). Daneben existiert eine zu große Vielzahl von Weblogs, die sich nicht mit persönlichen Inhalten befassen, sondern mit Überfischung, Kanzlerkandidaturen, Homöopathie, Montagsdemonstrationen und anderen Themen. Die Leichtigkeit und kostenlose Möglichkeit der Einrichtung eines Weblogs macht dies möglich. E-Mail- und Diskussionsforen allerdings sind untereinander bereits derart verschieden, dass ein Vergleich zwischen den beiden Kommunikationsformen und den Weblogs als problematisch erscheint. Während Diskussionsforen i.d.R. öffentlich zugänglich sind, ist dies bei E-Mail-Kommunikation praktisch ausgeschlossen (von im Web publizierten Newslettern abgesehen). Auch die Adressierung ist eine andere: Während E-Mails an ausgewählte – häufig einen einzelnen – Adressaten gerichtet sind, machen Newsgroups oder Webforen mit zwei Teilnehmern vor dem Hintergrund ihrer Funktion (und Definition) keinen Sinn. Insofern wäre ein Vergleich mit Newsgroups oder Webforen eher möglich als mit E-Mail-Kommunikation – auch aus Gründen der Archivierung. Hinzu kommt, dass Foren mittlerweile oftmals durch Weblogs ersetzt oder ergänzt werden, da sie eine sehr übersichtliche Kommentierung zulassen und diese sogar mittels Trackback außerhalb des eigenen Weblogs verläuft (vgl. etwa

blogs.msdn.com). Darüber hinaus bleibt es dem Nutzer überlassen, ob ein RSS-Reader (und insofern ein Pushverfahren) eingesetzt oder ohne Bruch der Kommunikationsform das ›Standardprogramm‹ des Internets, der Browser, verwendet wird.

### 2.4 Sprachliche Aspekte und Merkmale

*Weblog* als Kommunikationsform hat seine Bezeichnung aus der Wortkreuzung *web* und *logbook*. Üblicherweise wird die Kurzform *Blog* gewählt, und selbst auf professionellen Seiten wie bei ›Die Zeit‹ stehen *Weblog* und *Blog* nebeneinander (Blog [1]), die Startseite von ›Ver.di‹ begrüßt den User mit *Willkommen im Blog* (Blog [4]). Das Wort *Blog* ist produktiv für Wortbildungsmechanismen, was zum einen zu mittlerweile mehr oder weniger etablierten Neologismen geführt hat: *Watchblog*, *Businessblog*, *GemeinschaftsBlog*, *Vblog* oder *Vlog* (= Videoblog), *Fotoblog/Photoblog/Phblog*, *Audioblog* (mittels Sprachaufzeichnungen geführtes Weblog), *Moblog* (= Mobile Blog), *Blogroll* (= Liste regelmäßig gelesener Blogs)<sup>23</sup>, *Wahlblog* zur Bundestagswahl 2005, *Blogophobie* oder eher szenesprachlich *Blogozönosen*, ein aus der Biologie abgeleiteter Begriff (Zoozönosen) zur Bezeichnung von Untergruppen innerhalb der Blogosphäre. In Bezug auf die Schreibung finden sich die Binnenmajuskel (*Business-Blog*), typographische Hervorhebungen wie *FR [blog]* für das Weblog der ›Frankfurter Rundschau‹ oder *BILDblog* sowie auch stark von der Standardorthographie abweichende Schreibungen wie *Der Gesundheits Blog* (Blog [5]) oder *Mein Unicum Blog* (Blog [2]).

In Weblogs werden sprachlich kreativ neue Wörter zur Basis *Blog* gebildet, wie das Wort *Bloggrill* im folgenden Beispiel: »Also so ein Blog zu lesen, ist für mich fast so gut wie eine nette Bar in der man locker verabredet ist zu besuchen. Man trifft unverhofft ganz neue Leute (Kommentare, Blogroll), hört gute Musik (Empfehlungen), kann das eine oder andere Mal auch lecker Essen (Bloggrill, Restaurant- und

---

<sup>23</sup> In Blog [19] zu *Blogrolle* umgebildet.

Rezepttipps) und wird kurzweilig unterhalten.« (Blog [19]). Oder man begrüßt den Blogger im *Zellenblog*: »Willkommen im ZELLENBLOG. Hier gibt es alles zum Thema Celebs, Partypics, Girls, PHP-Scripts & more.« (Blog [26]). Im verbalen Bereich ist das Verb *bloggen* üblich, das auch nominalisiert gebraucht wird: *Bloggen* und abgeleitet *Blogger*. Im *BlogSlang* findet sich das Wort *besenfēn*<sup>24</sup> in der Bedeutung von ›in einem Blog kommentieren‹, abgeleitet von umgs. ›seinen Senf zu etwas geben‹.

Der Begriff *Weblog* ist Sprachschützern als Anglizismus ein Dorn im Auge. Auf der Anglizismenliste des Vereins Deutsche Sprache e.V. wird vorgeschlagen, *Weblog* bzw. *Blog* als »Netztagebuch« und *Blogger* als »Selbstdarsteller (im Internetz)«<sup>25</sup> zu ›übersetzen. Über die Unangemessenheit und Unsinnigkeit eines solchen Vorschlags muss kein weiteres Wort verloren werden, doch sind Weblogs ein Einfallstor für Anglizismen? Anglizismen finden sich in 26 Weblogs, ihr Anteil an der Gesamtzahl aller Wörter liegt bei 1 %. Ein Großteil der Wörter entstammt der Domäne Computer/Internet-Fachwortschatz: *Webhosting*, *Standardbrowser*, *Beamer*, *Hacker*, *Buttons*, *Apple User* etc. Speziell aus dem Bereich ›Weblog‹ finden sich Wörter wie *Bloggerleiste* (Blog [7]), *Reiseblogger* (Blog [11]), *FlowBlog* (Blog [13]), *Blogpause* (Blog [15]), *Blogroll* (Blog [19]). Ein weiterer, kleinerer Teil entstammt der Domäne Produktbezeichnungen/Werbung/Mode, z.B. *World of Warcraft*, *Bravo TV* oder *Little Clock Shop*. Neben einigen umgangssprachlichen Varianten wie *stylisch* (Blog [7]), *Yeah!* (Blog [13]), *gekillt* (Blog [19]), *Piss off, you geek!* (Blog [24]), *coole, gefakte* (Blog [27]) treten Ad-hoc-Bildungen auf wie *Verdoomung* (Blog [24]) mit Bezug auf das Computerspiel Doom<sup>26</sup> und umgs. ›dumm‹, *Sturheit rules* (Blog [22]) oder *Chartmüll* (Blog [27]). Die deskriptive Analyse entspricht einer Analyse von Websites (Schlobinski 2001a), nach der weniger als 5 Prozent aller Wortformen (4,6 %) Anglizismen sind, und von den verwendeten Anglizismen entstammen über zwei Drittel den Do-

---

<sup>24</sup> <http://www.plasticthinking.org/wiki/besenfen>

<sup>25</sup> <http://vds-cv.de/denglisch/anglizismen/anglizismenliste.php>

<sup>26</sup> Doom 3, s. <http://www.doom3.com/>

mänen Werbung (37,3 %) und Computer/Internet (32,6 %), der Anteil fachsprachlicher Anglizismen ist also relativ hoch und in einigen Fällen sogar zurückführbar auf die CM-Systeme oder Templates der Blog-Hoster (RSS, Trackback). Die umgangssprachlich motivierten Anglizismen sind stark abhängig vom Thema, dem potenziellen Adressatenkreis und dem Faktor »konzeptionelle Mündlichkeit«.

Für die Analyse der sprachlichen Merkmale in einzelnen Weblogs ist die Differenzierung zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit auf der Folie von Nah- und Distanzkommunikation relevant, wobei das bekannte Modell von Koch/Oesterreicher (1994) als grundlegendes Analyseschema herangezogen werden kann (s. Abb. 5), auch wenn dieses weiter zu präzisieren ist (vgl. Schlobinski 2005: 132 ff.).

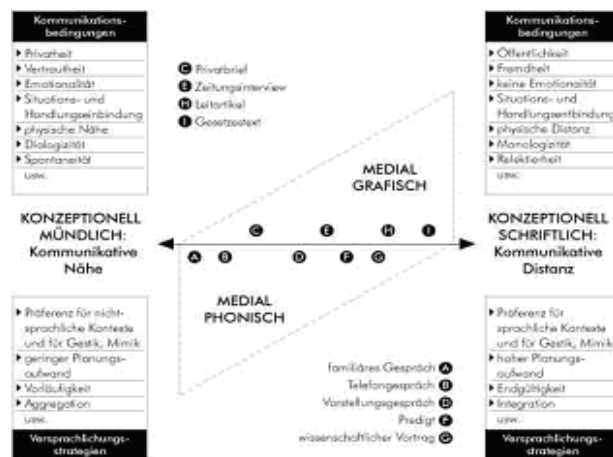


Abb. 5: Mündlichkeit/Schriftlichkeit in Nah- und Distanzkommunikation nach Koch/Oesterreicher (1994)

Nahkommunikation ist eher konzeptionell mündlich, Distanzkommunikation eher konzeptionell schriftlich. Hinsichtlich der sprachlichen Merkmale von konzeptioneller Mündlichkeit gegenüber konzeptioneller Schriftlichkeit sind nach Sieber (1998: 186) v.a. zu nennen: sprechsprachliche lexikalische Spezifika, einfachere Syntax, markierte Wortstellung, unklare Satzgrenzen, mehr Floskeln, variationsärmere Lexik, unscharfe Kohäsionsmittel usw. Je nachdem, wo ein Text zwischen den Polen

konzeptioneller Mündlichkeit und Schriftlichkeit zu lokalisieren ist, werden mehr oder weniger der einzelnen Sprachmerkmale zu erwarten sein.

Eine zweite Dimension ist die mediale Komponente mit der (binären) Differenzierung in Laut- und Schriftkommunikation mit entsprechenden Sprachpraxen. Blogging ist medial Schriftkommunikation (digitalisiert) auf der Basis von Graphien – im Deutschen eines orthographischen Systems –, weist aber Muster der konzeptionellen Mündlichkeit auf, und es zeigen sich Transferphänomene von der gesprochenen auf die geschriebene Sprache (Rückkopplungseffekte). Somit entstehen funktionale Schriftsprachevarianten, die sich in Konkurrenz zu Standardisierungs- und Normierungsprozessen ausbilden und die mehr oder weniger von standardsprachlicher Normierung abweichen. Nach dem Schema wäre zu erwarten, dass je stärker private Themen in einem Weblog zu finden sind, desto mehr sprechsprachliche Effekte auftreten müssen. Dies kann zwar als Grundtendenz beobachtet werden, allerdings zeigen sich erhebliche Abweichungen von diesem Präferenzmuster. So gibt es einerseits private Tagebücher mit literarischem Duktus und andererseits sachbezogene Kommentare, die stark sprechsprachlich markiert sind.

(1) (Blog [8])

*Da versuche ich mich gerade in HTML und baue nix wie Kacke – SMILE!*

*Es ist schon schwer genug ne HP zu bauen, diese ganze Technik bringt mich noch um. Nun muß ich noch zusehen wie ich meine HP's verbreite und habe bis auf Suchmaschinen null Plan!*

(2) (Blog [11])

*Am Donnerstag, dem 24ten, bin ich dann also ziemlich am Ende mit einem heftig verstauchten Magen, und wie sich spaeter beim Bluttest herausstellte, mit einer Malaria Tropica im Schlepptau in Nzeto/Angola eingelaufen.*

In den Weblog-Beispielen (1) und (2) berichten Blogger eine persönliche Erfahrung, im ersten Fall bezogen auf die Schwierigkeiten beim Programmieren, im anderen Fall bezogen auf einen Krankheitsfall während einer Reise. Während das Beispiel (2) in der Textsorte des Reiseberichts ausformuliert ist, findet sich in (1) eine Spontanreaktion mit Merkmalen der gesprochenen Sprache. Auf der lexikalischen Ebene wird neben den umgangssprachlichen Phrasemen *Kacke bauen* und *Null Plan haben* das Negationswort *nix* gebraucht. Satzfinal findet sich der Smiley in orthographischer Variante und hat – wie aus der Chatkommunikation bekannt (Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 97ff.) – eine expressive bzw. evaluierende Funktion. Die sprechsprachlich reduzierte Variante [nə] des indefiniten Artikels wird entsprechend der Lautform <ne> geschrieben. Während sich die abweichende Schreibung und die Aspekte der konzeptionellen Mündlichkeit in (1) als Ausdruck eines spontanen, weniger geplanten Schreibprozesses erklären lassen, kann die Normanpassung in (2) als wohlgeformter Ausdruck eines Textsortenmusters, nämlich dem Reisebericht, begriffen werden. Im Hinblick auf die funktionale Erklärung von Rückkopplungseffekten der gesprochenen Sprache auf Weblog-Einträge und damit verbundene Schreibprozesse muss im Einzelnen geprüft werden, welche Faktoren jeweils in Wirkung treten. Strukturell gesehen lassen sich bestimmte Merkmale und ihre Distributionen beobachten.

Aus den Untersuchungen zur computerbasierten Kommunikation, insbesondere den Kommunikationsformen des Chattens und E-Mail-Schreibens, aber auch zur SMS-Kommunikation, wissen wir, dass Spontanschreiben und »virtuelle« Kommunikation direkten Einfluss auf die Verwendung des orthographischen Systems haben. So wird beispielsweise in der Chatkommunikation die konsequente Kleinschreibung bevorzugt. Anders in den untersuchten Weblogs: In allen Weblogs wird normalerweise die Standard-Groß- und Kleinschreibung verwandt, allein in Blog [6] findet sich eine konsequente Kleinschreibung: *ich las wieder von einer anzeige und diesmal*



*kam ich auch 5 minuten früher. es war der 24. januar 2004 komisch, die gleiche frau war es wieder. und dann erzählte mir so doll wie es sei mitglied einer partnervermittlung sei. dann füllte sie so ne art vertrag aus.*

Eine Form des Code-Switching auf der orthographischen Ebene findet sich in Blog [12], in dem die Kommentare normalerweise der Groß- und Kleinschreibung folgen:

***over and under***

*gerade eben bei der miss gelesen:*

*m. sagte gestern sehr richtig: »die gesellschaft ist oversexed and underfucked«.*

*nette formulierung. sprachlich falsch, aber dafür inhaltlich treffend.*

Offensichtlich wird in Weblogs als einer Form des Onlinepublizierens stärker orthographischen Normen gefolgt als in der Chatkommunikation. Dies ist nicht weiter verwunderlich, da beim Bloggen asynchrone und – von Kommentaren und Trackbacks abgesehen – unidirektionale Kommunikation<sup>27</sup> vorliegt, dadurch die Planungsphase nicht wie in der quasi-synchronen Kommunikation extrem reduziert ist und somit auch der Akt des Eintippens keinem extremen Zeitstress unterliegt. Andererseits zeigt sich in der Fehlerhäufigkeit, dass die Planungs- und Korrekturphase eingeschränkt ist. Fehler, zum Großteil Flüchtigkeitsfehler, finden sich in allen untersuchten Blogs, vereinzelt selbst in den professionellen: Im Weblog der Zeit [1] ein Kongruenzfehler (*Viel interessante Informationen*) im Unicum-Blog [2] ebenso (*Mit 15 Kollegen saßen wir in unserm Wohnzimmer und fiebert mit*) sowie Auslassungen (*zufüben, Erschöpft, sprizen, phänomenoloisch*), die vermutlich auf einen eiligen Tippvorgang zurückzuführen sind. Im Wiwo-Blog [3] wird *sinniges* kleingeschrieben,

---

<sup>27</sup> Dass es sich um eine grundsätzlich unidirektionale Kommunikation handelt (vgl. oben), zeigt sich auch daran, dass mitunter Dialogizität, die Anwesenheit und Rückmeldung eines Dritten emuliert wird: *Auch nach fast 19 Jahren finde ich den Flughafen immer noch faszinierend. Was mich so fasziniert? Am meisten die Internationalität.* (Blog [30]). Die Frage *Was mich fasziniert?* ist für das Verständnis freilich nicht vonnöten, nimmt dem Beitrag jedoch die Monologhaftigkeit und impliziert mehr oder minder die vorherige Frage »Und was fasziniert dich so?«.

und bei Ver.di [4] wird aus der Arbeitsplatzverlagerung die *Arbeitsplatzverlagerung*. Fehler dieser Art in professionellen oder semi-professionellen Angeboten sind darauf zurückzuführen, dass Weblogs in der Regel nicht lektoriert werden, so dass ein Korrekturlesen entfällt, und oftmals ein Nebenprodukt der besser betreuten wie inhaltlich gewichtigeren Website darstellen.

In den privaten Blogs nimmt die Fehlerquote deutlich zu. Hier sind Flüchtigkeitsfehler wie *gestitten*, *grammtikalisch* (Blog [8]), *sporlich* (Blog [10]), *immer* (Blog [8]), *Grünkenmebl* (Blog [10]) usw. zu unterscheiden von systematischen Fehlern und intendierten abweichenden Schreibungen. Bei Fehlern wie *Verwandschaft* (Blog [30]), *skurillen* (Blog [12]), *Komission* (Blog [13]), *Es schmeckt Klasse!* (Blog [16]), *wehement* (Blog [6]) usw. sind fehlerhafte Schreibungen aus Unkenntnis wahrscheinlich, in jedem Falle nicht auszuschließen. In einigen Blogs finden sich konsequente ss-Schreibungen anstelle von <ß>, was unterschiedliche Gründe haben kann: (a) Nutzung eines amerikanischen Tastatursystems, (b) Meidung von <ß> aus tipptechnischen Gründen oder (c) aus Unsicherheit bzgl. der unterschiedlichen Verwendung sowie (d) ästhetisch-stilistisch motiviert in dem Sinne, dass durchgängige ss-Graphie einen Gestus von computervermittelter Kommunikation signalisiert und ›webbisch wirkt – motiviert durch entsprechende Schreibungen in der Chatkommunikation. Die Nutzung der Binnenmajuskel wie *BMWZuhälterkutschenkutschers* (Blog [2]), *BordBistro* (Blog [12]) oder *CrazyChicks*, *GymGirl* (Blog [26]) ist ebenso als markierte Graphie intendiert wie Zusammenschreibungen (*Bittebitte*, *nienienie* (Blog [2]), *Weisheitszahndingsbums* (Blog [13]), *wasweißich-Strahlen* (Blog [27]), *Wiedemauchsei* (Blog [13])) und Versalschrift, was im computerbasierten Slang als ›Schreien‹ bekannt ist. Die Hervorhebung durch Versalien stellt eine typographische Markierung dar, der partiell sprechsprachlich intonatorische Markierung entspricht, insbesondere zur Markierung von expressiven Sprachhandlungen: *Und alle arbeiten zusammen für ein gemeinsames Ziel: den Riesenmoloeh Flughafen (ca. 63.000 Leute arbeiten*



In den Weblogs finden sich die Standardvarianten :-), :) und ;-), mit entsprechenden Allographen wie :-)), wobei die Smileys satzfinal stehen und einen Schreibzug abschließen:

### ***Die Dunkle Seite der Macht***

*Selbst Darth Vader bloggt jetzt... :-)*

[darthside.blogspot.com](http://darthside.blogspot.com)

*(Blog [12])*

Neben den »klassischen« schriftzeichenbasierten Smileys werden auch Grafik-Smileys verwandt, die mitunter animiert sind:

*(1) Ach ja, die pfeifenlose Zeit ist endlich vorbei! Paßt ja auch zum Ende des Ramadan 🎉*

*(Blog [22])*

*(2) Love is in the air – die Männchen, egal welcher Gattung, werfen sich mächtig ins Zeug, um bei der Damenwelt zum Schuss zu kommen. Fast wie im echten Leben. 😊*

*(Blog [8])*

*(3) Entweder morgen oder Dienstag kommt dann auch mein PC rüber. 🙌  
Allerdings kann ich mich dann erst wieder am Donnerstag melden, aber bis dahin hab ich ja noch ein bissl Zeit.*

*(4) Ein süßes Früchten 🍓*

*(5) 🍓 Ich habe fertig. 🍓*

*(Blog [23])*

Neben vorherrschender phrasen- bzw. satzfinaler findet sich auch eine satzumschließende Positionierung (5), wodurch die Expressivität ikonisch gesteigert wird. Weniger häufig als Smileys werden Abkürzungen und Inflektive zur Expressivitätsmarkierung gebraucht. In drei Weblogs wird \*g\* bzw. \*gg\* (g = grins) gebraucht (Blog [24, 10, 28]), und die Markierung durch Asteriske ist ein Indikator dafür, dass die Verwendung aus der Chatkommunikation übernommen wurde. In einem dritten Blog [21] werden *OMG!* (Oh My God!) und *LOL* (Laughing Out Loud) gebraucht.

Bei Inflektiven handelt es sich um prädikativ gebrauchte Verbstämme, die zu Inflektivkonstruktionen erweitert werden können und primär für expressive Sprechhandlungen stehen (vgl. Schlobinski 2001b). In den Weblogs tritt neben einfachen Inflektiven wie \*lach\*, \*seufz\*, \*schnupf\*, *strahl* auch eine Inkorporationsform auf: *kopfschüttel* (Blog [8]). Aus der egozentrischen Perspektive des Schreibers und wegen der für alle Leser präsupponierten Schreiberrolle muss diese Rolle nicht durch ein Personalpronomen (ich) realisiert werden. Auch bei den Inflektiven handelt es sich um Übernahmen aus der Chatkommunikation, so dass diese wie auch der Gebrauch des Smileys und der Abkürzungen *g* und *lol* Ausdruck einer konzeptionellen Mündlichkeit sind. Ein weiterer Reflex von Mündlichkeit sind Tilgungen und Klitisierungen (*und morgen geht's auf'n Platz* [22]; *isses* [24]), die als typische Transferphänomene aus der Umgangssprache zu sehen sind und relativ häufig im Korpus auftreten. Bei den Klitisierungen tritt am häufigsten die Enklise des Pronomens *es* auf, wobei die Assimilationsform häufig ohne das Auslassungszeichen Apostroph geschrieben wird wie in *gehts*, *aufs*, *wars*, *bats* usw. und auch Nicht-Standard-Varianten auftreten, z.B. *wenns*, *übers*. Daneben finden sich die reduzierte Variante des Adressatenpronomens *kannste* (Blog [28]) wie auch der Artikel als Klitikon: *unterm* (Blog [19] oder *auf'n* (s.o.)). Tilgungen lassen sich in zwei Dritteln der untersuchten Blogs finden. Am häufigsten tritt die Tilgung des Personalflexivs 1. Pers. Sing. auf:

*Hab ein tolles Lied gehört und nun einen Ohrwurm.* (Blog [10]). Diese Art der Personalmarkierung, die typisch für die gesprochene Sprache ist – so dass hier von einem eigenen Flexionsparadigma im gesprochenen Deutsch auszugehen ist –, tritt außer in Sätzen mit dem Subjektpersonalpronomen in Erstposition besonders häufig auf in subjektlosen Sätzen (Autor-Ellipse, s.u.) und Sätzen mit invertiertem Subjekt. Am zweithäufigsten finden sich die Tilgung in der Reduktionsform *ne/nen* ← *eine* sowie die Reduktion der Infinitiv-endung *en* → *n*, z.B. *seh'n* (Blog [8]) oder *freun* (Blog [11]). Daneben finden sich die t-Tilgung in *nicht* → *nich* (Blog [11]) sowie e-Tilgung in *heute* → *heut* (Blog [12]).

Einflüsse der Umgangssprache schlagen sich auch auf der lexikalischen Ebene nieder. Zum Ersten gibt es dialektale Einflüsse auf der Einzelwortebene wie *mädl* (Blog [6]) oder *Spinnradl* (Blog [8]) bis hin zu Switch-Phänomenen: *De Summer iss die Zeit, wo's zu hääß iss, um das se mache, wo's im Winter zu kalt defor war.* (Blog [28]). Zum Zweiten finden sich umgangssprachliche Lexik wie *stibitzt*, *abzuhaengen*, *reinschütten*, *kommt schon ein wenig endzeitmaessig rueber* (Blog [11]) oder *rauf und runter dudelt, gekillt* (Blog [19]) und skatologische Ausdrücke wie *Scheiße*, *Katzenpisse* (Blog [9]). Zum Dritten sind Diskurspartikeln/Interjektionen hervorzuheben: *aua!* (Blog [11]), *Hääää?* (Blog [8]), *ahhhhh!* (Blog [9]), *naja* (Blog [14, 17]), *na* bzw. *na?* (Blog [17, 26]), satzinitiales *also* (Blog [19, 20, 28]) u.a. Unabhängig von den Funktionen im Einzelnen ist der Gebrauch all dieser Partikeln typisch im gesprochenen Deutsch, so dass hier ein Transfer von konversationellem Gebrauch und damit assoziierten Funktionen auf Text und Textfunktionen vorliegt.

Auch auf der syntaktischen Ebene finden sich Phänomene, die diskursiv motiviert sind. In allen Blogs werden häufig elliptische Konstruktionen gebraucht, darunter Tilgung des Subjektpromens wie in *Hab den Kampf gegen die Grippe verloren und liege seit 2 Tagen flach und tu mir furchtbar leid dabei... \*schnupf\** (Blog [13]). Es handelt sich hier um eine spezifische Variante der ›Person-Ellipse‹, die die Orientierung auf

Gesprächsrollen voraussetzt, in Weblogs eine textsituative Ellipse darstellt und von Zifonun et al. (1997: 416) als ›Autor-Ellipse‹ bezeichnet wird. Die Autor-Ellipse wie die Autorgruppen-Ellipse »findet sich vor allem in schriftlichen Textformen, wo mit eingegrenztem Adressatenkreis [...] eine größere Nähe zum Diskurs besteht. Dies betrifft private Briefe, Telegramme und (...) Tagebücher, Notizbücher, Mitteilungszettel usw.« (Zifonun et al. 1997: 416) und offensichtlich auch Weblogs. Ebenso erfolgt in Impersonalkonstruktionen eine Tilgung des formalen Subjektpromens *es* wie z.B. in *Hätte schiefgehen können*. (Blog [7]), und auch diese Form der Ellipse ist stark gesprochen sprachlich motiviert. Das Gleiche gilt für Nominalkonstruktionen wie die Kodierung einer Evaluation in der folgenden Erzählpassage, der eine Person-Ellipse und eine Klitisierung vorausgeht: *Das Motorrad steht noch in Tsumeb – bin mit dem Bus gefahren. Vom Jollyboys aus gibts auch einen Gratislift zu den Faellen, diese Lodge ist wirklich sehr zu empfehlen. Supergemuetlich, viele Backpacker...* (Blog [11]. Demgegenüber finden sich komplexe koordinierte und subordinierte Strukturen, die dem Pol ›Schriftlichkeit‹ und ›Distanzsprache‹ zuzuordnen sind, z.B. *Wenn man noch in der Schule ist, in der auch auch viele Jahre unterrichtet habe, so muss man sich doch von meinen Worten über Teltow nicht sofort völlig verschrecken lassen, man sollte auf keinen Fall »verbittert« sein*. (Blog [20]). Die Variationsbreite auf der syntaktischen Ebene ist abhängig von vielen Faktoren, und die Achse konzeptionelle Mündlichkeit – Schriftlichkeit kann nur ein grobes Orientierungsraster bieten, wenn auch prototypisch nächsprachliche Blogs mehr Ellipsen und einfache Satzstrukturen aufweisen, distanzsprachliche Blogs hingegen komplexere Satzstrukturen und weniger Ellipsen.

(1) Blog [13])

*Yeeeeeeeeeha!*

*Magieflute, Mittwoch, 16. März 2005, 19:56*

*Frühling..... GRIASS DI !!!!!!!!!!!!! Zeit is' worn!*

---<--@ ---<--@ ---<--@ ---<--@ ---<--@ ---<--@  
... [link](#) (0 comments) ... [comment](#)

(2) (Blog [19])

22.5.2005

### **Neuwahl? Find ich gut!**

Abgelegt unter:

- [Allgemeines](#)

— [Thomas Meier](#) @ 23:27

*Im Ernst! Als gebürtiger NRW'ler bin ich verblüfft aber auch fasziniert von der Strategie und der Konsequenz von unserem Bundeskanzler Herrn Schröder. Wenn es hier um Schach gehen würde, würde ich sagen: Genial. Mal sehen was dabei raus kommt – besonders für unser Land.*

[Kommentare](#) (0)

(3) (Blog [5])

- [12.04.05](#)

### **Mit Muscheln und Fischöl gegen Rheuma**

abgelegt im Archiv [Medizin-News](#)

*Aktuell nach dem neusten Rheumamittel Skandal herrscht Verunsicherung bei Rheumapatienten. Welche Mittel kann man noch gegen Rheuma nehmen?*

*Menschen mit Rheumaerkrankungen sind beunruhigt. Täglich müssen sie mit starken Rheumaschmerzen leben, und die Schmerzmittel die helfen sollen, führen zu nachhaltigen Nebenwirkungen. Neuste Meldungen über Bextra, Celebrex und Co. berichten über gravierende Nebenwirkungen. Fakt ist: Die Einnahme »moderner« Rheuma-Schmerzmittel könnte zu Gesundheitsschädigungen führen.*

In Beispiel (1) liegt ein inhomogener Text vor, der einen Existenzsatz mit t-getilgter Kopula beinhaltet sowie einen Nominalausdruck und eine dialektal geprägte Begrüßungsformel. Typographisch finden wir eine Iteration von Satzzeichen sowie ein ikonisches Zeichen in Form von ASCII-Art, wie es aus der Chatkommunikation bekannt ist. Die Textgestaltung erinnert stark an einen Chatbeitrag und weist



Merkmale emulierter Mündlichkeit ebenso auf wie computerbasierte Graphie. Thematisch ist dieser Blog-Eintrag von *Magicflute* wie auch seine anderen Einträge als privat und dem kommunikativen Nahbereich zugehörig einzustufen. Dem gegenüber ist Beispiel (3) zu sehen. Das *Gesundheits-Weblog* ist ein professionell organisiertes Weblog, das von einem Biologen und Naturheilkundler geschrieben wird. Es werden Sachinformationen gegeben; entsprechend ist der Schreibstil sachlich und dem Standard folgend. Die Syntax ist komplex, die Orthographie weitgehend korrekt, und sprechsprachliche Reflexe lassen sich nicht finden. Zwischen den Polen nahsprachlich/informell (1) und distanzsprachlich formell (3) ist Beispiel (2) zu sehen, ein Weblog, das von einer Privatperson unter dem Motto *Ein Löffel Buntes: Internet, Design und andere Leckereien...* geführt wird. Der Autor gibt Kommentare zu politischen und gesellschaftlichen Fragen, die aus der Ich-Perspektive geschrieben werden. Der Schreibstil ist locker-journalistisch, wobei die doppelte *würde*-Konstruktion jeder gute Redakteur beanstanden, zumindest mit einem *so* voneinander abtrennen würde. Ferner finden sich zwei Kommafehler, ein falsch gesetzter Apostroph und je ein Fehler im Bereich der Groß- und Klein- (*Genial*) sowie der Getrennt- und Zusammenschreibung (*raus kommt*), durch den Aufhänger *Im Ernst!* wird sofort die Textsorte ›Kommentar‹ evoziert, und der Ausdruck *Mal sehen* folgt diesem Muster. Alle drei Belege sind Beispiele für individuelle Blogs, einer davon ist monothematisch festgelegt und halb-professionell. Aufgrund des individuellen Charakters, der thematischen und kommunikativen Funktionen sowie der Bloggerintention ist die sprachliche Ausgestaltung so verschieden, wenn auch als Interpretationsfolie das Schema von Nah- versus Distanzkommunikation herangezogen werden kann.

### 2.5 Fazit und Perspektiven

Als Kommunikationsform/Textsorte entspricht ein Weblog am ehesten dem, was bislang als ›persönliche Homepage‹ klassifiziert wurde, wobei prototypische Lay-

outformen vorliegen und sich auch der obligatorische RSS-Feed-Link – häufig als Button – zumeist im rechten Bereich oder in einem Fuß befindet. Gegenüber klassischen Websites ist das Interaktivitätspotenzial charakteristisch, das eine Verortung von Weblogs zwischen »normalen« Webseiten und asynchronen Formen der computervermittelten Kommunikation« (Schmidt 2005: 9) wie E-Mail, Diskussionsforen, Gästebüchern einerseits und Formen der quasi-synchronen Kommunikation (Chat) andererseits nahe legt. Diese Einordnung wird gestützt und schlägt sich nieder in der Tatsache, dass sprachliche Phänomene zu finden sind, die im Sinne von Koch/Oesterreicher (1994) stärker am Pol von Mündlichkeit/Nahkommunikation zu verorten sind: dialektale und umgangssprachliche Lexik, Assimilationen und Tilgungen, Diskurspartikeln und Interjektionen, elliptische Konstruktionen und Nominalkonstruktionen. Blogger folgen orthographischen Normen stärker als Schreiber in quasi-synchronen Kommunikationen (z.B. vorwiegend konsequente Groß- und Kleinschreibung), andererseits ist die Fehler-Toleranz im Vergleich zu normalen Websites deutlich höher. So stellt auch Krause (2005) fest, dass gegenüber klassischen Online-Angeboten der FAZ, der Netzeitung u.a. Elemente konzeptueller Mündlichkeit verstärkt in den Weblogs auftreten, wobei aber, mehr oder weniger stark ausgeprägt, immer noch Strukturierungsmittel der konventionellen Rechtschreibung eingesetzt werden. All diese Ergebnisse spiegeln Tendenzen wider, um aber eine Typologie der Weblogs in Korrelation mit sprachlichen Merkmalen aufzustellen und die Bedingungsfaktoren zu lokalisieren, wäre eine breit angelegte, repräsentative Studie nötig.

Weblogs stellen eine weitere Kommunikationsform dar, in der Mündlichkeit und Schriftlichkeit zu einer spezifischen hybridisierten Praxis verschmelzen, die über das lautlich Kodierte im etablierten orthographischen System hinausgeht. Indem in einer Reihe von internetbasierten Kommunikationsformen Mündlichkeit und Schriftlichkeit, Text und Bild, Autor und Leser in ein System integriert werden,

verschwindet immer mehr die Opposition von Öffentlichkeit und Privatheit, Kulturen und Subkulturen, persönlichem und normativem Stil, Standardsprache und Substandardsprachen, und die mediatisierte Kommunikation kann nicht als ein Modus defizitären mündlichen Kommunizierens betrachtet werden. Indem das kommunikative Repertoire der Mitglieder einer Sprachgemeinschaft derart mediatisiert erweitert wird, zeitigt dies Rückkopplungseffekte der gesprochenen Sprache auf die Schriftsprache. Gegenüber hartnäckig festsitzenden Vorurteilen, die die Folie kulturpessimistischer und sprachpuristischer Haltungen bilden, geben allerdings diese Untersuchung und auch andere linguistische und sprachsoziologische Untersuchungen zu durch die digitale Revolution ausgelösten sprachlichen Entwicklungen keinen Anlass zur Klage im Hinblick auf einen durchgreifenden Sprachverfall.

### Literatur

- Alphonso, Don & Pahl, Kai (Hg., 2004). Blogs! Text und Form im Internet. Berlin.
- Bucher, Hans-Jürgen (2005). »Macht uns das Internet zu Weltbürgern? Globale Online-Diskurse: Strukturwandel der Öffentlichkeit in der Netzwerk-Kommunikation.« In: Mediendiskurse. Bestandsaufnahme und Perspektiven. Hg. Von Claudia Fraas & Michael Klemm. Frankfurt am Main, S. 187-218.
- Fikisz, Walter (2004). Der Wandel des Prinzips der Öffentlichkeit durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien. Weblogs und ihre Auswirkungen auf den traditionellen Journalismus. Diplomarbeit, Eisenstadt: FB Informations- und Wissensmanagement.
- Jakobs, Eva-Maria & Katrin Lehnen (2005). »Hypertext – Klassifikation und Evaluation«. In: Siever, Torsten, Peter Schlobinski & Jens Runkehl (Hrsg.). Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet. Berlin et al. S. 159-184.
- Koch, Christian Markus & Haarland, Astrid (2004). »Generation Blogger.« Mitp-Verlag, Bonn.
- Koch, Peter & Oesterreicher, Wulf (1994). Schriftlichkeit und Sprache. In: Günther, Hartmut/Ludwig, Otto (Hg.): Schrift und Schriftlichkeit. Berlin/New York, 587-604.
- Krause, Olaf (2005). Rechtschreibung im Internet. Ms. Erscheint in: Sprache und neue Medien. Hg. von Peter Schlobinski. Mannheim: Duden-Verlag, 2006.
- Möller, Erik (2005). Die heimliche Medienrevolution. Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern. Hannover.
- Praschl, Peter (2001). Was ist eigentlich ein Weblog? <<http://www.jonet.org/modules.php?name=News&file=article&sid=17>>
- Runkehl, Jens, Peter Schlobinski & Torsten Siever (1998). Sprache und Kommunikation im Internet. Opladen.
- Schlobinski, Peter (2001a). »Anglizismen im Internet.« In: Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz. Aktueller lexikalischer Wandel. Hg. von Gerhard Stickel. Berlin, S. 239-257.
- Schlobinski, Peter (2001b). »\*knuddel – zurueckknuddel – dich ganzdollknuddel\*. Inflektive und Inflektivkonstruktionen im Deutschen.« In: Zeitschrift für germanistische Linguistik 29.2:

- 192-218.
- Schlobinski, Peter (2005). »Mündlichkeit/Schriftlichkeit in den Neuen Medien.« In: Standardvariation. Wie viel Variation verträgt die deutsche Sprache? Hg. von Ludwig M. Eichinger und Werner Kallmeyer. (= IDS-Jahrbuch 2004). Berlin, S. 126-142.
- Schmidt, Jan (2005). Praktiken des Bloggens. Strukturierungsprinzipien der Online-Kommunikation am Beispiel von Weblogs. Bamberg: Universität, Berichte der Forschungsstelle »Neue Kommunikationsmedien«, Nr. 05-01. <<http://www.uni-bamberg.de/split/kowi/fonk/index.html>>
- Schönberger, Klaus (2005). »Persistente und rekombinante Handlungs- und Kommunikationsmuster in der Weblog-Nutzung – Mediennutzung und soziokultureller Wandel« In: Schütz, Astrid/Habscheid, Stephan/Holly, Werner/Krems, Josef/Voß, Günther G. (Hg.): Neue Medien im Alltag. Befunde aus den Bereichen: Arbeit, Leben und Freizeit. Lengerich, S.276-294
- Sieber, Peter (1998). Parlando in Texten. Zur Veränderung kommunikativer Grundmuster in der Schriftlichkeit. Tübingen.
- Sixtus, Mario (2005). »Massenmedium. Blogosphäre: Kommunikationsgeflecht und Marketingfaktor.« In: c't 19: 148-152.
- Storrer, Angelika (2004). »Text und Hypertext«. In: Lobin, Henning & Lothar Lemnitzer (Hrsg.). Texttechnologien. Perspektiven und Anwendungen. Tübingen. S. 13-49.
- Traunmüller, Lucy (2003). Weblog-Communities. Betrachtung eines Praxisbeispiels. Mater-These, Wien: Zentrum für Neue Medien der Donau-Universität Krems.
- Werry, Christopher C. (1996). »Linguistic and Interactional Features of Internet Relay Chat.« In: Computer-mediated Communication. Linguistic, Social and Cross-cultural Perspectives. Hg. von Susan C. Herring. Amsterdam, S. 47-63.
- Zifonun, Gisela et al. (1997). Grammatik der Deutschen Sprache. Band I. Berlin.

## Anhang

Nr.	Thema	Adresse/ Datum	Titel
1	Geschichte, Soziales etc.	<a href="http://www.zeit.de/blogs/index">http://www.zeit.de/blogs/index</a> 10.04.05	Fundsachen
2	Verschiedenes	<a href="http://weblogs.unicum.de/unicum.php">http://weblogs.unicum.de/unicum.php</a> 30.04.05	Unicum
3	Wirtschaft	<a href="http://www.wiwo.de/pswiwo/...html">http://www.wiwo.de/pswiwo/...html</a> 13.04.05	Wirtschaftswoche
4	Politik, Gewerkschaft	<a href="http://www.verdi-blog.de/arbeiterinnen">http://www.verdi-blog.de/arbeiterinnen</a> 14.04.05	Ver.di
5	Gesundheit	<a href="http://www.gesundheits-weblog.de/">http://www.gesundheits-weblog.de/</a> 13.04.05	Gesundheits-Blog
6	Privates	<a href="http://www.blogigo.de/pantherBagira">http://www.blogigo.de/pantherBagira</a> 28.04.05	Abgezockt
7	Privates, Technik	<a href="http://www.banipani.de/bani/v5/">http://www.banipani.de/bani/v5/</a> 28.04.05	BaniPani
8	Privates	<a href="http://wasduredest.de/wordpress/">http://wasduredest.de/wordpress/</a> 28.04.05	Was Du redest!
9	Privates	<a href="http://daniel-hat-wohl-ne-homepage.de/blog/">http://daniel-hat-wohl-ne-homepage.de/blog/</a> 23.09.05	Daniel hat wohl ne Homepage

Nr.	Thema	Adresse/ Datum	Titel
10	Privates	<a href="http://www.zaubermausi.de/blog/index.htm">http://www.zaubermausi.de/blog/index.htm</a> 28.04.05	Ela´s Blog
11	Reisebericht	<a href="http://www.blogigo.de/wahnsinnsblog">http://www.blogigo.de/wahnsinnsblog</a> 11.05.05	Fernweh ade
12	Verschiedenes	<a href="http://journal.orasi.de/">http://journal.orasi.de/</a> 11.05.05	Gedankendump
13	Borderline Selbsthilfe	<a href="http://unerkannt.antville.org/">http://unerkannt.antville.org/</a> 11.05.05	Ge*flöt*te
14	Privates, Politikkommentar	<a href="http://www.impfnity.org/">http://www.impfnity.org/</a> 11.05.05	Impfnity
15	Privates	<a href="http://www.jenscornelis.de/">http://www.jenscornelis.de/</a> 11.05.05	JensCornelis
16	Privates	<a href="http://karamell.log.ag/">http://karamell.log.ag/</a> 01.06.05	Karamell
17	Privates	<a href="http://www.blogigo.de/LadyHsWelt">http://www.blogigo.de/LadyHsWelt</a> 01.06.05	Lady H
18	Verschiedenes	<a href="http://www.mamasfeinstes.de/">http://www.mamasfeinstes.de/</a> 01.06.05	Mamas Feinstes
19	Privates	<a href="http://www.netmeier.de/">http://www.netmeier.de/</a> 01.06.05	NetMeier
20	Privates	<a href="http://www.orangata.de/">http://www.orangata.de/</a> 01.06.05	Orangata
21	Vermischtes	<a href="http://sis.slowli.com/">http://sis.slowli.com/</a> 01.06.05	Personal Babblishing
22	Privates	<a href="http://www.blogigo.de/rauchen">http://www.blogigo.de/rauchen</a> 01.06.05	Rauchen & leben
23	Privates	<a href="http://www.myblog.de/kleine_katze_1">http://www.myblog.de/kleine_katze_1</a> 01.06.05	Schenk mir ein Lächeln
24	Privates	<a href="http://www.tappos-tag.de.vu/">http://www.tappos-tag.de.vu/</a> 01.06.05	Tappo
25	Privates	<a href="http://www.bjoern-beck.de/">http://www.bjoern-beck.de/</a> 01.06.05	Unlogisch
26	Erotik	<a href="http://www.celebz.de/blog/">http://www.celebz.de/blog/</a> 01.06.05	Zweigelb
27	Privates	<a href="http://7t9.net/main.php">http://7t9.net/main.php</a> 01.06.05	7t9
28	Privates	<a href="http://www.allesalltaeglich.de/">http://www.allesalltaeglich.de/</a> 01.06.06	Alles alltäglich
29	Privates	<a href="http://www.black-letter.de/">http://www.black-letter.de/</a> 01.06.05	Black letter
30	Privates	<a href="http://www.blogigo.de/CoMaMo">http://www.blogigo.de/CoMaMo</a> 01.06.05	CoMamOs Welt

### 3 TEXTUAL AND LINGUISTIC ATTRIBUTES OF AMERICAN ENGLISH WEBLOGS

#### Summary

This paper looks at weblogs produced in the United States. The project's guidelines for a random choice of 30 blogs were narrowed down to blogs of the US mainstream discourse community. The parameter for examining at least 4,000 characters (no spaces included) per blog was followed, as well as the suggestion to look at 1,500 characters (no spaces included) for selected syntactical aspects. In addition to the formal descriptive goals of the project this paper aims at exploring assumptions that regard the blogosphere as a force for innovative language change.

In terms of hypertextual structure our findings corroborate a shift from letter like pages, to classic newspaper layout, to a recent intensification of the modular layout (more information boxes and bars per page). This recent trend goes in the direction of »lighter« media format. Content source verification, or further information links are increasingly interwoven into the text. And the place of pictures in blogs moves from pictures that illustrate texts, to pictures that are part of the »utterances« away to the choice to separate pictures from texts after the increased availability of tools for the production of photoalbum-like blogs.

Although preliminary, my findings and literature overview indicate that claims about weblogs as an innovative force in language change, at least for the US mainstream discourse community, should be rethought. The material published in weblogs does exhibit more continuities with other well established media/pop-culture genres, and with everyday communication forms than what is often acknowledged, and tendencies for, both, form and content of blogs appear not to be independent from marketing interests.

The confrontation with the data raised as well other issues. For example, the way some blogging techniques and tendencies highlight multimodality in everyday communication. In terms of rhetorics, performance, and meaning, monologic speech re-emerges here as a revealing aspect of language use and human interaction. One characteristic of Weblog discourse across its diversity is after all the monologic form. This fact is not in contradiction with the presence of »conversational« features, such as discourse markers.

### 3.1 Blogosphere in the United States

»Proto-weblogs« in the United States (US) are generally traced back to the early 1990's. Susan Herring, one of the leading weblog researchers in this country, finds its earliest form in the 1993 webpages of Tim Berners-Lee (Herring 2003)<sup>1</sup>. He wrote short entries in his »*What's new*« site, reporting about internet developments with brief personal evaluations from the role of a connoisseur or expert. His entries appeared with the most current first; users could see earlier entries by scrolling down.

More remarkable, Berners-Lee incorporated links into the flow of his text allowing the reader to surf to the original information source or to related sites, and reenter his page all with just one click<sup>2</sup>. Some of these links were still offered the

---

<sup>1</sup> <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/slisis.blog.ppt>, 2003

<sup>2</sup> See also The Wikipedia, <http://en.wikipedia.org/wiki/>

traditional way, i.e. by spelling out the full internet address of the site in question, and by placing this address at the very end of the text, the way references are given in academic formats. But links were also more tightly and iconically interwoven into the text in the »see here« format, or by merging the link function with the thematized word or symbol itself. In all cases the link was underlined, and often set off in a different type color. These progression is summarized in the following examples,

- *We have so far discussed the contribution of Berner-Lees to weblog development.*  
<http://archive.ncsa.uiuc.edu/SDG/software/Mosaic>
- *To consult Berner-Lees original pages see [here](#)*
- *[Berners-Lee 1993 web site](#) is often considered important in the development of weblogs.*

It was these constant elements featured in Berners-Lee page that would become the backbone for weblog architectonics, orienting its development as something distinctive, away from the internet home page, while taking over many of their functions. For the case of home pages no uniform expectations as of content, form of presentation, or authorship accountability had been able to hold.

Next in standard histories about weblog development is Dave Winer's 1996 site<sup>3</sup>. Winer had been very active in the creation of text-editors, scripting, and other systems necessary to develop efficient web-tools. His expertise and personal experience (his separation from Apple Macintosh, and cooperation with Windows) shaped the kind of tools he developed, for example Maxila, that allowed hosting websites for the first time.

Like Berners-Lee, Winer's site reported on internet topics. In addition to the most-current-entry-first order, and the easy referencing via links, Winer's page established other features. He brought in the modular format for newspapers, inserting

---

<sup>3</sup> Most reference sources agree on this order of events. Some, including the Wikipedia, highlight the journals of Justin Hall who blogged continuously for eleven years starting in 1994. His earlier subjects were primarily technical questions, but he gradually shifted to intimate topics what probably attracted new followers.



a sidebar on the left of his page to set off background information from content. This sidebar contained an index (each index entry no longer than three words), while each indexed item functioned as a link to a site with the related information.

This indexed/linked background information was similar in content to that found in print publications (editorial & publisher data, feedback procedures, suscriptions, etc.), but in addition, Winer indexed links to help the user navigate his site, and links to other sites that supported his interests. The »personal interest« links have become a characteristic of the blog format; the space used to present them is sometimes called the *social networking* feature. Another practical element advanced by Winer was an archive (today often as a calendar) to call up earlier postings without having to scroll.

Winer also developed a component to automatically report new blog entries into a chosen server (*ping*). With this feature bloggers could keep track of other bloggers new postings; this reinforced the networking aspect.

Most sources credit Jorn Barger with coining the word *weblog* in 1997. How the verb »to blog« was born is a celebrated feature of blogger lore. In 1999<sup>4</sup> Peter Merholz an information technologist, perhaps infused by the spirit of PoMo wordplay commodification -the same that gave us Michael Jackson's *His-Story*- deconstructed *Weblog* into the morphosyntactically productive *we-Blog*. And ever since there is blogging and bloggers.... Whether Merholz was in part inspired by *glogs* (from Cyborglogs, see below) seems not to be an issue.

### The influence of the market economy and political interests

Also in the summer of 1999 the team of Meg Hourihan and Paul Bausch created *Blogger*, the first web-based tool that allowed people to publish blogs with only elementary programming knoweldge and reduced time input. Hourihan had co-foun-

---

<sup>4</sup> All standard references agree, but Herring (2003) dates this event to 1998.

ded, with Evan Williams, an IT company called PyraLab; but blogging was not part of its agenda. Hourihan and Bausch created *Blogger* to a great extent on their own time. In an interview for the New York Times she says that she put Blogger to test »just for fun«, and that it took Pyra Labs some time to react to its success (2000)<sup>5</sup>. Hourihan had graduated as an English major, and it was her interest in promoting writing, and a passion for good writing rather than filtering net news, what was behind her blog work. Williams later joined in the development of Blogger, and Pyra Labs was reoriented to take on this new business adventure.

If Pyra Labs was slow to react other companies were not. The result was diversity in the offer of pre-packaged user-friendly, multimodal environments blog tools, with modular layouts options. These handiness and choice of alternatives pushed blogging forward. More importantly, users could rely on host services at almost no cost, an advantage compared to how personal homepages worked. Although hosted blogs did not offer unlimited layouts, or tailor-made blogs --it has been an increasing standardizing factor-- users can still rearrange some of the elements (layout, color, font, interactive elements) to achieve somewhat individualized overall presentations. Yet, key to the rash expansion was the fact that weblog use was quickly recognized as a profitable market for advertisement, and as a tool for marketing intelligence and political opinion research. The practices sometimes known as »mining« and »pillaging«, i.e., tracking data for such purposes, consolidated the creation of a specialized branch in the IT industry.

Blogs and blogging jumped to title-page coverage, and attained nation wide attention thanks to the *Memogate* or *Rathergate* case during the presidential elections of 2004. The reputation of the incumbent candidate, Pres. George Bush, had been put on the line by a report in a national television news program. The credibility of the report sources was successfully challenged in the site of a blogger with expensive

---

<sup>5</sup> [http://www.rebeccamead.com/2000\\_11\\_13art\\_blog.htm](http://www.rebeccamead.com/2000_11_13art_blog.htm), Nov. 13, 2000. See also <http://www.megnut.com>

consequences for the news program. The entire process impacted the political opinion of the general public, an effect heightened by campaign media, which praised blogging as a welcome alternative to mainstream media.

It would be naïve, however, not to ask to what extent the acquisition of PyraLabs in 2003 by the large and mighty web search engine company Google influenced the weblog trend. Google even added a feature called *BlogThis!* to their front page allowing nearly everyone with a fast-connection computer to publish blogs through their hosting services. Google later closed more deals to acquire additional webtools that facilitate and enhance the incorporation of pictures, audio, and video into weblogs.

### Who blogs?

As for the numbers, January 2005 figures by the American Life Project<sup>6</sup> throw a total 8 million bloggers in the United States, and 32 million blog visitors. Other findings, tallied by ComScore Networks for the first quarter of 2005<sup>7</sup>, show that 30% (50 million) of all US Internet users visited blogsites, and that political blogs received the most visits, followed by »hipster« lifestyle blogs. The five top blog hosts according to the survey were blogspot.com, livejournal.com, typepad.com, xanga.com, and AOL journals.com. All of these sites had observed a visitors growth. ComScore measured a growth of 241% for blogspot.com, for example. Another category of the survey tallied top individual blogs. The results by unique visitors placed freerepublic.com, drudgereport.com, fleshbot.com, gawker.com, and fark.com as the top five in this category.

ComScore also reported that blog visitors are young, and economically privileged. According to the study they are »11% more likely than the average Internet user to

---

<sup>6</sup> <http://rheinischer-merkur.de/> Feb. 3, 2005.

<sup>7</sup> <http://www.infoworld.com/news/index.html>, August, 2005 and [www.comscore.com](http://www.comscore.com). August, 2005.

have incomes of \$75,000 or more« (ComScore 2005: 9 -10). The report does not indicate if data on gender, regional location, or ethnic group membership was gathered.

Similar tendencies appear in another study made public this year. Umbria Communications reports in a press release that as of May 1st, 2005 people between the ages of 10 and 27 represent »more than 40 percent of all blog postings«<sup>8</sup>. Furthermore, Umbria indicates that this population is »twice as likely as the general population to influence the opinions of others« in matters of entertainment, but also in political questions. Among other things, Umbria research found out that »Britney Spears was the most mentioned celebrity in the blogosphere...«, and, that she had »the highest percentage of positive mentions when compared to the rest of the »teen queens« (Paris Hilton, Lindsay Lohan and Hilary Duff)«.

It is important to mention the research by Herring (2003, 2004) with regard to the construction of the Blogosphere in the public discourse, namely, what the public opinion believes that a blogosphere is about, and how these ideas come to take place. Herring found out that the public image of the blogosphere as shaped by the media and scholarship tended to focus on blogs written by men because they fall in categories perceived as more informative and technical, and the opinion shapers believed this was more interesting. Such bias fed the idea that the number of women bloggers was low. It was not only that journals, diaries and personal narratives<sup>9</sup> were ignored in these estimates, but that once figures were revised adult and teenage females constituted the largest population of blog authors in the US. Her insights seem to be still an issue as a conference only for blogging by women took place in 2005.

---

<sup>8</sup> www.umbriacom.com. May, 2005

<sup>9</sup> In my own research work I have learned about the difficult place of personal narratives in most research dealing with language and literature. This tendency is changing but very slowly. See for example de Gerdes, 2000.

### The Glogosphere

Before closing this section we bring awareness to another forerunner of the blog, one already mentioned above. Cyborglogs, *glogs*, are less profiled in media and scholarship than blogs, although many of their uses and forms overlap. Problematic is that some accounts about glogs downplay their roots in amateur radio operator communities. Glogs are sometimes exclusively described in fantastic terms of cyborgs vs. humans worlds, and utopian ideas about collective authorship. At the same time such *glog* orientation is very dependent on commercial hi-tech development, in particular visual memory devices. Glogs began as diaries kept by ham radio operators as they experimented with wearable computers, and other possibilities for communicating outside mainstream, remaining independently creative with the available technology in no-frills set ups. This included loading visual data in their diaries already in the 1980's. A fair account of the development of glogs (and blogs) must consider the community service aspect of radio operators, and their »global« orientation since their start. This is one aspect that is often trivialized, when it is implied that people (or animals) that run around with implanted microchips that track their whereabouts are glogging<sup>10</sup>.

### Scholarly and commercial blog mining

Studies about blogs and blogging in the United States spreads over thematic interests and institutional goals, and has become the subject of systematic research only in recent years. A pioneering and *sui generis* source of blog research, or rather an exchange forum, are the *BloggerCon* conferences<sup>11</sup>, the first two organized by no other than David Winer himself while a Fellow at Harvard University. The Call to *BloggerCon* states that these conferences are focused on the users, and that the meetings are held

---

<sup>10</sup> See <http://vaspersthegrate.blogspot.com/2005/02/blogs-new-ham-radio.html>, Feb. 15, 2005, and [http://joi.ito.com/archives/2002//12/25/steve-mann\\_on\\_glogs.html](http://joi.ito.com/archives/2002//12/25/steve-mann_on_glogs.html), Jan. 1, 2003

<sup>11</sup> <http://en.wikipedia.org/wiki/BloggerCon>, and <http://www.blogger.org/III/newbies>

as non-hierarchical discussion sessions, imitating blogging interaction. The range of topics is wide as detailed in the conference programs (<http://www.bloggercon.org>).

As pointed out earlier Susan Herring, at the Department of Information and Library Sciences of the Indiana University, Bloomington, and her collaborators have elevated blog research to the rank of scholarly meaningful topics. Herring's research has covered discourse about blogs in the public arena, taking a gender perspective, and more recently networking aspects as including quantitative analyses. She was a key to the collective success of *Blogher*<sup>12</sup>, a conference about women bloggers and blogging by women that complements, and challenges *BloggerCon*. In its first version (July 2005) the Conference's theme was »Where are the Women Bloggers?«, and it addressed topics that ranged from literature to technical developments. A next conference is planned for 2006 under the theme »How is your Blog changing the world«?

The work of the US-born researcher Stephanie Hendrick<sup>13</sup>, at the English Department of the University of Umeå in Sweden, is also of highest relevance, and comprehensive in scope. She has looked at both linguistic and cognitive aspects of blogs, based on English data, including non-US blogs. She continues this line of investigation in her current dissertation study »Representing topic and coherence in online weblog networks. An investigation of distributed discourse«.

Another research angle on blogs within the US comes from the field of intelligence. One interesting project, among several others, is that of Cameron Marlow at the Massachusetts Institute Technology's Media Lab. He created *Blogdex*, <http://www.blogdex.net>, a system to track the diffusion of information across blogs, or in other words, the process by which what X-Blog mentions as relevant, is taken up by other bloggers (or how »threads« run). Beyond the theoretical component *Blogdex* serves to compile statistics about blog user's social habits. The precision of *Blogdex*'s

---

<sup>12</sup> <http://www.blogher.org>

<sup>13</sup> <http://www.sumofmyparts.com/work>. She has also published as Nilsson, Stephanie.

results has been criticized because the system relies on registering a blog first for it to be tracked. Marlow's work is highlighted here because he has authored papers that present his work from an interdisciplinary scientific perspective.

We have previously introduced the work of ComScore and Umbria Communications. Both companies monitor habits and trends in blogs in an unsolicited but fully legal way (tracking repeatedly millions of blogs for each survey), and produce statistics and other data for market intelligence. Both fit their research to meet the needs of a variety of clients. Of particular interest for linguists is the work of Umbria. Their methodology combines natural language processing and machine learning technology. They factor language variation in blog discourse in their research by means of algorithms. Selected linguistic variables that characterize populations across age and gender are a key part of distilling information in their research.

### 3.2 Data collection

This paper focuses on *mainstream* weblogs, i.e., weblogs that are primarily written in Standard American English, and that deal with ›mainstream‹ subjects. The aim of this focus is to minimize interference from blogs created by members of groups that construct themselves, even if only partially, through non-standard uses of language, including giving prominence to verbal art. The connection between practices considered ›taboo‹ (taboo defined here primarily as illegal activities at the nation-wide level) and non-standard language use is well known, and is particularly salient in the United States. We decided then not to include in our corpus blogs written in the context of groups that would fit such category. By the same token, we veered away from blogs written from liminal social spaces (adolescent/youth groups, radical groups), from blogs with overt or implicit language art aims behind them, and from blogs that were written as requirement for school or university courses. We judged

that our approach would nonetheless allow the random inclusion of blogs from all gender, ethnic, class groups that participate in mainstream American culture.

The importance of variation across class, gender, age, and political orientation, for example, as factors to assess language use and language change is as important for studies of language in the internet as it is for research about other spheres of communication. CMC spaces ought to be regarded not only as a static means allow *new* virtual communities to take shape, but as a tool that communities manipulate to *reconstruct* themselves in 'other worlds'. This possibility is there for the case of self-identified communities (with a high-degree ›focus‹ in Le Page, Tabouret & Keller terms) and those that are not. Moreover, one characteristic of some CMC spheres, and how they are treated in the public opinion, is that they guide communities into increasing their ›focus‹. From this perspective, chat room, blogospheres and other computer mediated forms of communication could serve the same purpose for example, to (upper-) white, middle class-teenagers than walls, and subway surfaces once served African-American inner city youth to construct themselves as a group through radical orthographies and creative typography. The 'word wars' in the cyberworld resemble, after all, the hip-hop coast to coast verbal dueling of the best known rappers, and the ethnic traditions they represent. Verbal dueling is certainly a widespread verbal art phenomenon, but the point here is the commoditization of creativity, the way this fact is either uncritically accepted or simply overlooked in research, and the consequences of this stance for the quality of the research results.

In this sense, it is interesting to contrast the development of commoditized ›radical language‹ with a type of mass media material that gained popularity in the 1990's. During this decade we witness a boom of mythical, magical and fantastic worlds in books and in films in which linguistic manipulation is a key part of the story. Representatives of this trend are Harry Potter, and the Lord of the Rings films, plots in which secret languages and codes appear as central elements. The group identifica-



tion potential for the magical powers and mysticism ascribed to language in these mass media phenomena should not be ignored by those interested in research about language and collective identity.

By the same token, blogs may have given some Trekkies (fans of the hit television series *Star Trek*) the chance to come closer to the fantastic worlds they admire. Blogging allows them to emulate the moments in which the legendary Captain Kirk dictated his Logbook to a computer, summarizing the highlights of his mission to places »where no man/one had gone before«<sup>14</sup>, for bloggers nothing else than the journey into their own lives and their own worlds. Indeed, our impression that *Star Trek* as a media event symbolically dealing with the American ethos is a collective source for internet imagery concurs with the findings of other researchers. Hendrick (2004) finds patent *Star Trek* references in internet communities of avatars animated with the users real voices.

The relevance of these questions, how distinctive groups simultaneously use the blogosphere, and what this means in terms of language change and variation is gaining ground in the methodology behind scholarly research. The most studied aspect so far has been genre variation across gender. Awareness of the presence and significance of other collective forms of identity in the blogosphere, religious communities for example as in the 2005 paper from Herring et al., is beginning to increase. But as

---

<sup>14</sup> From 1966 to 1969 the series began with the voice of Captain Kirk sitting in front of the console seemingly talking to himself, actually dictating to his Captain's Log Book to a computer:

»Captain's Log Book xxx [xxx for the »star date«] These are the voyages of the Starship Enterprise... Its five year mission... To explore strange new worlds... To seek out new life and new civilizations... To boldly go where no man has gone before!«

Compare to his last Log Book entry, 1991: »Stardate 9529.1: This is the final cruise of the starship Enterprise under my command. This ship, and her history, will shortly become the care of another crew. To them and their posterity will we commit our future. They will continue all the voyages we have begun and journey to all the undiscovered countries, boldly going where no man . . . where no one has gone before.«

Quotes come from [http://land.emmett.net/tv\\_movie.html](http://land.emmett.net/tv_movie.html)

From this perspective the original log book tradition in navigation is worth taking a look <http://www.shipsonstamps.org/Topics/html/navigat.htm>

indicated in the previous section marketing intelligence research has taken the lead in this awareness.

In summary, the approach I chose here was grounded on the above mentioned considerations, and was meant to outline a homogeneous group against which claims for innovative uses of language, and unique genre hybridity attributed to blogs and/or blogging could be gauged. The US mainstream discourse community presents this *relative* homogeneity based on its adherence to standard language use, and valued knowledge of canonical genre conventions over and beyond gender variation.

To run the search I used standard search engines to randomly find blog engines and registers. After discarding some I entered [www.globeofblogs.com](http://www.globeofblogs.com). It lists over 31,000 blogs, and registers them in a diversity of ways. It also included a list of webrings. Webrings are groups of linked blogs that gather around topics of interest, hosted by a moderator who maintains an introductory page with the names of blogs, and blog categories (by land, by topic, etc.), accompanied by one line descriptions about the content of the blogs. Such information turned out to be non-deceiving. This seemed an efficient way to attain the kind of corpus I had in mind, given the limitations of the study. Through this feature I could also easily discard memeblogs, or ›how-to‹ blogs, which I had not originally considered as interference (I was not even aware of their systematic presence in the blogosphere). Once in [www.globeofblogs.com](http://www.globeofblogs.com) I visited every other ring, and from each ring I chose the second blog from top down. When this blog did not meet the ›mainstream‹ criterium I chose the next appropriate.

The choice of the five ›professional‹ blogs was not equally systematic since I selected them randomly, but using standard search engines.

### 3.3 Hypertextual structure

In this section I go over a series of hypertextual elements suggested for observation as part of the project. I also offer some general background to understand the cultural meaning of these items.

US newspapers experienced a ›face lift‹ in the 1980's after the introduction of desktop publishing software. The traditional ›sheet‹ format with lengthy articles was modified to lay outs made of several blocks of information per page, requiring shorter articles. Text lost some ground to other type of information; pictures were no longer complementary elements only -they were increasingly ›the news‹, and advertisements became more prominent. Very important, the black and white presentation gave way in some cases to colorful arrangements. The newspaper USA Today was a trendsetter in this regard<sup>15</sup>.

Blogs have followed more or less this path. As it is, Winer's *Scripting* blog marks the shift from cable-wire to newspaper title-page look: a ¼ sidebar was placed to the left of the page, with the remaining ¾ columns to be used as a page for content (postings), eventually all under a distinctive banner or horizontal title bar (hereafter »Layout A«). From this point on, classic alternatives have been sidebar-to-the-right (hereafter »Layout B«), and more recently a »sandwich« layout. It consists of a banner covering a 2/4 column-block for postings, sandwiched between ¼ sidebars containing mostly links with organizational and additional information (hereafter »Layout C«).

If we assume that these shifts were related to increased awareness of basic principles of visual communication (Where does the gaze first fall when looking at a page or screen? How do we direct the reader's gaze across the page?), we can then ask other questions regarding these format changes. Are blogs packing so much ›sidebar

---

<sup>15</sup> This turning point was not without intense debates, and some of the most traditional papers refused to go along the radical changes. An implicit association with the format and the yellow press and trivialization of the news played a role.

information (links) that a 1/4 column is not enough? Or has the importance of the information in the sidebars increased to the point that it competes with the content (postings)? Is it both? What kind of relevance is at stake – is the image/social persona of the blogger constructed this and gauged before the postings are read? We will address these questions again in the next section, because it may be more productive to consider the form of the page together with the use of language.

The layout of the examined blogs fits the described types as follows

Layout type	A	B	C	Others
# of private blogs	6	9	7	3
# of professional blogs	1	0	1	3

This typification serves as a basic orientation, but it is after all based on design

for the newspaper page. With the computer screen other possibilities are within easy reach, as our corpus indicates. Bloggers can give the illusion of distinctive layers of surface by ›pasting‹ the page over a contrastive color background for example. Consequently, even if a blog features a distinctive A, B, or C, layout the creation and interplay with these other blocks of background space are also meaningful. Of course, the creativity involved here must be gauged against the layouts offered by commercial web tools options and hosting services pre-packaged formats (templates).

Blog [25] for example has a basic B type layout, but page and background are the same color, black. Thus, at first glance one perceives here a C type layout, where the entire blog page functions as central column, sandwiched between two ¼ ›empty‹ columns.

Blog [1] is at first glance neither A,B, nor C, but rather an example of the letter or ›sheet‹ format, common to early on-line diaries. Nevertheless we classify its layout as C type instead because the blog page is pasted across a 2/4 column area, and between two ¼ solid bright- pink columns of background screen. The escorting fuchsia columns symbolically give coherence to her blog as dedicated to women and motherhood issues.

Remarkably in their layouts were blogs [18] and [19]. The first one has some elements that of traditional web homepages. It features a banner with the title and a motto; right below another banner serves as a horizontal field for buttons, all with dropdown lists that work as indexes; under this banner are two columns,  $\frac{1}{2}$  each. The left column contains the blogger postings, alternating with comments. Blogger entries and comments appear in the same box size and format, including a mug shot of the author or commenter on the upper left hand corner of the respective box. Since the boxes are rather small, full entries can only be seen by clicking on the links for this purpose. The right column is also a ›box tower‹ with the next most recent postings, but with text only, and without the field for comments.

In Blog [19] the modular units, boxes and bars, are disjointed. The background functions to segment columns, and flows between columns and banner as well. The result is that the borders of the entire blog page expand, but are ambiguous as well. The banner here is not a simple horizontal bar, but an L shape area turned 90 degrees to the right, with its 90° angle meeting the upper left hand corner of the rest of the blog page. The horizontally placed, and longer leg of the L contains the title, and the shorter leg contains a vertically arranged logo symbolizing the title. The rest of the blog page is basically an altered B layout, where the right column, with links lists, and personal data, is segmented into information blocks or units through interference of the contrasting color background.

In regards to the rareness of these two blogs, [18] and [19] all we can say is that they were different in the context of this corpus. To make more meaningful distinctions we should look at the host services guidelines, and the tools used, and differentiate mass produced layouts, from trends, and from wholly individually designed or personalized blogs.

Looking at banners again, we might want to emphasize that there is more than a single banner in some blogs. There is a duplication of banners, created both by

manipulating the background-blog space relationship, but more significantly by the presence of another »real« banner. »Alpha banners«, as I will call them here, are pre-fabricated thin banners produced by the blog host or webtool maker, and appear at the top of the screen, above the blog page itself. These banners include links to the host, other related links, and search features. Out of the 25 examined private blogs 19 featured these kind of advertisement banners.

The blog banner itself contains the name or title of the Blog most of the times accompanied by a short legend or »subtitle« placed immediately below the title, generally in a different typography. The subtitle functions as commentary to the title, giving information about the Blog, reminiscent of this custom in traditional newspapers. In our corpus these statements were present in 19 of the 25 private blogs. An additional blogger posted a subtitle, [4], but placed it at the start of the posting block, over and across a motif picture. The legends I found can be grouped into the following types,

- a) quotes from a famous individual
- b) summaries of the main traits of the blog written that emphasizes the writing style of the blogger, but often as key words
- c) proverbs, slogans, mottos, sometimes as parodies

We did not find elliptical phrases for first editions, as seen in some newspapers. A hypothetical example of this sort could be

### **The Daily Gossip**

Blogging since 2002

Here are some actual examples from the corpus. The original typography can be appreciated in the respective blog.

For group (a): Brilliant at Breakfast.

»Only dull people are brilliant at breakfast« Oscar Wilde

(Blog [11] )

For group (b): Adam's Life.

Adam's Life: Political Rants, Baggy Pants, and Modern

Dance. ( Blog [25])

For group (c): love thyself , dammit

Because you're worth it. ( Blog [9] )

Blogs [20] and [14] did not fully fit into these categories. The first one, a copyrighted blog, included both a group (b) subtitle, and in addition a quote from Einstein in smaller type aligned to the right.

The legend or subtitle in Blog [14] is about personal disclosure. It is unusual in this place because it is a complete sentence whose subject is not the author, but a family member adjectified with a first person possessive, and not least because the sentence conveys a sad tone. Title and statement appeared centered in the original,

**homeless-for-five**

My husband died Oct. 1997. This month is the 5 year anniversary of my homelessness.

All of this said, this aspect of the research could also yield interesting data results if we would take the web tools the blogger has used as point of departure. If we consider that many of the blogs in this corpus are composed with the popular web-tool *Blogger*, we would rather ask to what extent the templates or preformatted, ready-to-use layouts offered by *Blogger* remain intact or are altered by the user, and which are the most used ones (information which very likely is automatically gathered by *Blogger/Google*). For example, the basic layouts that starters can select to open their blog accounts do offer a field specified (blogs or banners) to write a subtitle, appropriately called 'description' in the *Blogger* environment. Readers should decide for themselves to what extent the blog templates offered by *Blogger* already suggests one of the subtitle groups that I have outlined above.

As we examined the body of the postings we found very few typographies that deviate from the norm or expectations. In the sidebars typographic alterations with colors or fonts had primarily a differentiating function, helping to identify diverse blocks of information.

Most of the private bloggers in this corpus give descriptive but creative titles to their new postings. These headers exhibit conservative typography with standard proportions. The stylistics of these titles alone could yield good material for cross-cultural comparison; witty entry headers seem to be a favorite among US mainstream blogs.

### Interactive Elements

A field to or link for ›comments‹ appears in all examined blogs. The ›guest book‹ feature, an item originally for one-visit events, rather than on interaction based on repeated presence, seems to have been replaced by the ›comments‹ function. In some personal blogs the default ›comment‹ was personalized and replaced with other summoning words or labels. For example in Blog [20] instead of ›comment‹ we read *You gots an opinion, precious?*

As for archives, three of the sampled blogs did not have one. These were professional blogs, part of larger on-line publications, where date searches are done in the home pages of the publication.

Eight of the private blog pages did not feature internal search fields, while all of the professional blogs featured one.

Surveys, questionnaires or polling as interactive elements on the sidebars were present in one private blog only, and it was a case of mocking the ever-present polling of mainstream media.

As implied above there were no interactive elements inside the title bars or banners, but the ›Alpha banners‹ were packed with links and/or buttons.



Most blogs had extensive blogrolls, (list of other preferred blogs), sometimes classified into categories. Hosts increasingly facilitate the inclusion of a section, apparently regarded as part of the ›social network‹ with spaces such as »what I hear«, »what I read«, »what I see«, and other entertainment activities. Bloggers can fill in with links to sites for the items she or he consumes or recommends in this regard. Most of the private blogs also offer buttons or list of links to associations, groups or initiatives that the author supports, or in which they have some type of active membership.

As for the disclosure and presentation of personal data or private information Hendrick (2002: 9-11) reports how this is a very delicate issue, and has been the object of debates. Still today there are many unresolved legal aspects around the subject. Not surprisingly, personal data is in most cases accessed first of all through a link, and sometimes the link is left blank in most fields. Typical first page information are however, first name or nickname, regional affiliation (by birth or residence), and job-status or professional activity. Two blogs featured short personal narratives about how they got involved in blogging.

An important related element in the corpus is the presence of copyright information. All professional blogs are copyrighted. Seven private blogs featured the symbol for copy right licenses, and two are protected under the Commons Creative License.

We were also asked to consider the content of pictures in relation to the text. Three of the five professional blogs were only text (chronicles, reporting), another included included a picture of the author (a legal affairs blog), and the remaining other had an approximate 40% picture content. This was not surprising given the medium, an automotive zine. As for private blogs, 15 consisted of text only, three had pictures that functioned as decorative elements, others had a mixture of decorative and content complementary pictures. Only blogs [18], [23] and [25] had at or above 25% picture content, most images tightly interwoven with the content of the postings. Blog [25]

even has ›moving‹ pictures. We will return to the characteristics of this picture-text relation in the next section.

None of the examined blogs featured ›skins‹ (the possibility to see same blog with alternative presentations or formats by clicking one button).

As for the interactive elements *in* the text of each posting or blog entry I rely on the blog typology adopted by Herring (2004: 4). She outlines four types: *filter blogs*, with a content ›external to the blogger (links to world events, online happenings, etc.); *personal journals*, (henceforth p-blogs) with internal content, namely ›the blogger's thoughts and internal observations‹, and *knowledge logs*, or *k-logs*, ›repositories of information and observations with a typically technological focus‹ (Herring 2004: 5). Further, according to Herring there are also *mixed blogs* that take the characteristics of two or more. Filter and k-logs would feature the larger number of external links in the body of writing itself (ibid.).

Our corpus follows this tendency. We classified 17 of the private 25 blogs as *p-blogs*, the majority dedicated to family, relationships, and a mixture of daily life subjects; only three of them contained external links, the maximum being three links per total of examined text (4,000 characters no spaces). Three blogs fitted the *mixed* type ([2], [8], [13]) all mixtures of *p-blogs* and *k-logs*. One had only two links, other four, and one about medical and health knowledge featured 20 links [13], in addition to numerous quotes from different media<sup>16</sup>.

The corpus yielded five *filter* Blogs, all dealing with politics. Here the lowest ratio of links per text was four and the highest 11. Three *filter* blogs featured extensive quoting from the press.

The following table summarizes the type profile in the corpus.

---

<sup>16</sup> Our results also seem to support Herring's results about personal blogs being primarily authored by women, although we were not sure of the identity of the blogger in a few cases.

Project Categories	Blog types			
	P-blog	Mixed blog	Filter blog	K-log
Private	17	3	5	0
Professional	1	1	3	0

### 3.4 Linguistic attributes and issues

In this section I look at some of the items proposed in this project in regard to orthography, colloquial language use, and vocabulary.

As a first issue standard orthography was predominant. Interestingly, not in a passive sense, but in that it served as a basis to create additional layers of meanings through deviations from the norm (orthographic/typographic alterations). This creative license was exploited by almost all private bloggers in titles and subtitles for the postings, headers for the sidebars or external links.

Twenty two of all the surveyed blogs use some kind of orthographic alteration to achieve emphasis. The use of capitals was the most widespread technique for this purpose featured in 13 of the 25 private blogs, and in one of the five professional ones.

The overall tendency with closed capitals is to emphasize a single word in a sentence or phrase. In addition closed capitals were in the majority of cases used with negations, verbs that have negative connotations, or to imply a negative reaction toward an object or quality, sometimes mixing dislike with disbelief, as in the next example

...is CREAM colored. ( Blog [10] )

Entire clichée phrases with vocatives, indicating that the receiver/reader must accept a fact that s/he may disagree with were emphasized in two instances

... you GET OVER IT. ( Blog [15] )

HELL YEAH BUDDY. ( Blog [19] )

Other items in capitals included modal verbs, copulas, imprecations, and response cries

»FUCKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKK« ( Blog [8] )

The professional blog with emphatic closed capitals turned out to be the travel journal of pre-teenager featured as a column in a large newspaper.

MOM'S BIRTHDAY! ( Blog [30] )

Italics as emphatics were used in six private Blogs<sup>17</sup> for example

People, this changes *everything*

»...*is she a groupie?*« ( Blog [6] )

and

»...cadets *should* embrace Jesus.«

»...*a stronger Christian belief system* at the Academy... ( Blog [12] )

Bold type face only was used as emphatics in one Blog, [21], as in

**...is gonna be president.**

Other blogs used mixed forms as follows

Typographic Combination	Italics or different font colors	Italics or bold type face	Capitals or italics	Capitals or capitals + italics + bold
Blogs (all private) and examples	[18]	[24]	[16], [19], [23]	[15]
	...having once touched <i>him</i> ...	...this is what <i>they</i> want? „	[19]	<b>..IS</b> a deterrent.
	...had a <b>rocky</b> relationship	<b>here's hopin'</b>	Your Mother, SATAN ...Where <i>did</i> that monkey go?	

The use of capitals for emphasis (to recall loudness of voice, strong emotional states, etc.) is a standard feature of comic book language, a popular genre elevated to an icon of Americanness through the pop art of Andy Warhol, among others forms of semiotic transformations. The use of italics for emphasis is a feature of academic and

<sup>17</sup> Blogs [3], [6], [12], [13], [17], [20].

literary writing and in addition to the functions described for closed capitals it can also communicate subtle moods (mellowing, glowing), irony, and conveys intonational patterns as well, typically final rising intonation. Bold types are standard means for emphasis in other media forms such as newspaper and magazines.

To analyze spelling errors I took into account the body of blog entries only since deviation from standard orthography is a feature of headers and subtitles. The results show a very low number of errors. Only four Blogs evidenced misspellings or typographic inaccuracies. The highest rate (five instances) appeared in the Blog of a person that describes her situation as one of social pressure and emotional instability.

We found no instances of ›euphemistic orthography‹, that is, cases of altering words by combining capitals and small case in order to trick tracking systems. We will return to questions about orthography in the following part.

### Use of colloquial language and lexical characteristics<sup>18</sup>

With regard to this aspect of the study assimilations, deletions, and clitic forms were found in different proportions. One blog was ignored in this count because it contained a poem/lyrics that used deletion and assimilation as rhyming strategy, and as we present this study we are not even certain if the poem is the blogger's own, or is a reference to a popular song.

Eight blogs featured an instance of one of the following assimilations, wanna [want to], gonna [going to], on'em, [on them], buncha [bunch of], gotta [got to] a non-standard form for have to.

Four cases of final consonant deletion were found, three were instances of colloquial ›-in‹ replacing the standard form of participial present suffix ›-ing‹, for example blog [25] uses sweatin for sweating. The custom of marking this deletion with an

---

<sup>18</sup> For this aspect of the project and for lexical aspects we believe that the research methodology could profit greatly from the use of computer assisted analysis. Our research was carried out without recurring to these possibilities.

apostrophe was ignored in two cases. Another deletion was found in Blog [19], sumthin' ol' for standard ›something old‹.

As for the standard use of contractions in writing (pronoun/noun + aux/be present; modal + neg.; to do + neg., etc.) they were used 100% in all possible cases in professional blogs, except in Blog [27] where they were used in 60% of all possible cases. This coherence is probably related to the format constraints of media. In private blogs they were used with a minimum of 50% of all possible cases, except in two cases, [Blog 20] with 40%, and Blog [22] with 16%. It was not possible to establish a correlation to the blog types.

Inflectives were numerically insignificant. Only two personal Blogs use the form<sup>19</sup> \*sigh\* and once each. It is also the case that in this form, this inflective is characteristic of American comic book language.

Beyond these cases asterisks appeared only once in the phrase

*I know literally \*zip\* about manual transmissions* (Blog [10]).

And what became apparent in regard to lexical issues? First of all, this international project suggested researchers to describe the use of colloquial speech, *Umgangssprache* in the original with the word ›shit‹ as an example *Scheiße* in the original. In this regard, it is important to address issues over and beyond what we generally know about the seemingly universal peculiarities of the field of expletives, noticeable above all in cases of language shift and language death. Expletives, and language considered as »offensive« are superb places to visualize the intrinsic relation of language, culture and social change. The language of insults is after all part of the verbal art repertoire of a speech community, although it receives too little attention on the part of language and culture researchers (see Sherzer 2002). It is also the metapragmatic aspect

---

<sup>19</sup> Blogs [1] and [10].

of this realm of language in use in the United States that makes it so fascinating, complex, and revealing.

In the United States freedom of speech is one of the most treasured rights protected by the Constitution. The State must guarantee this right, but at the same time it must protect people from assaults against accepted standards of morality. ‘Indecent and filthy language’, thus, is a realm of expression where many issues are at stake and power struggles are symbolically enacted. The premise is that meaning is context based, and therefore when an authority, from local judges to the Supreme Court, decides about the nature of the use of a word she or he must consider context.

Part of the contextual frame is precisely the medium. Different types of mass media have characteristics that construct different contexts. This was one of the main lessons learned in the United States Supreme Court decision of 1978 in their revision of the case Federal Communications Commission (FCC) v. Pacifica Foundation. Pacifica Foundation was answerable to the law for the broadcasting of a radio monologue by comedian George Carlin that offended some listeners. Carlin’s subject were the words *that you couldn’t say on the public, ah, airwaves*<sup>20</sup>. In that he discussed the topic and used all the words that he believed would fall in this taboo category, namely *shit, piss, fuck, cunt, cocksucker, motherfucker, and tits*<sup>21</sup>. He opposed this category of words to other more acceptable ‘swear words’, as when he said in his monologue: *And, uh, bastard you can say, and hell and damn so I have to figure out which ones you couldn’t ....* The Supreme Court ruled in favor of the FCC, to summarize, not as a pro-censorship statement, but highlighting the inappropriateness of the language used in the context of the medium (radio, where a listener cannot protect her/himself or minors beforehand against what will be said), in a time of the day generally regarded as for ›all publics‹.

---

<sup>20</sup> <http://caselaw.lp.findlaw.com/scripts>

<sup>21</sup> This original version has been expanded; the first additional words were fart, turd, and twad.

In the FCC vs. Pacifica Foundation we see a concrete example of word categories that US laws have repeatedly labeled in a decreasing order of offense as *obscene*, *indecent*, and *profane* where censorship is default for the obscene, even if what is obscene tends to be defined at the local level. Carlin's use of words was after all not judged as obscene, but as offensive.

As the internet established itself in the 1990's the new medium created a new context for this linguistic aspect of social life. The 1996 Communications Decency Act was a first attempt to regulate language use in the internet, but its effects were experienced as censorship, and thus, many parts of this Act have been overturned. Nonetheless, the word categories continue to play a role in the way mainstream defines itself as a locus for testing and contesting what is defined as moral.

In the corpus 18 of the private blogs used words that ranged from ›uneducated‹ language (›bunch‹ instead of ›group‹), to ›acceptable‹ swear words, to items out of the ›Seven Dirty Words‹ list.

*Shit*, adopted as a response cry outside the US by younger German and some Spanish speakers as an index of their ›international‹ or American culture orientation, was found once in two blogs, and in one case namely as a compound: *shitload* (Blog [19]). The word *fuck*, apparently undergoing a similar diffusion phenomenon as *shit*, occurred three times, and once rendered in a covert way as *F\_ \_ \_* (Blog [14]). Variations of *piss* appeared twice (Blogs [1 and 3]), and in addition, four other blogs used expressions that would generally be considered obscene or very offensive. Among them *ass* was the most often used in different variations (Blogs [7, 10, 15, 24 and 25]); salient were also a *blow job* [15] *bull dyke* [21], and *bitch* [24].

In the contrasting category of acceptable ›angry words‹ some form of the word *damn* was used in seven blogs, and *hell* appeared three times in all (Blogs [7, 15 and 19]). The middle ground between these categories was perhaps represented by the word *crap* used in four blogs ([7, 10, 17 and 24]).



A rather inoffensive use of colloquialisms was present in six blogs with expressions such as *zonk out* and *gas drops* [1], *cool* and *squeeze out time* [2], *groggy* [5], *deer butts* and *grades suck*. In most cases the use of words from one category did not exclude the use of filthy, loud, or angry words from others.

Another lexical characteristic is the use of baby talk items or ›nurturing‹ lingo in those blogs that could fit the momyblogs category for example,

...*keep my child comfy* [1]

where *comfy* is diminutive for comfortable.

As for the use of dialects, only four blogs made use of this possibility, and in different ways. Two of them, [23] and [24] use the dialectal negation *ain't*. Although *ain't* is often treated as emblematic of Black English Vernacular in the cases in question it was rather a ›generic Southern dialect‹ reference. Blog [23] thematizes his being in the South, and Blog [24] uses the cliché phrase *that just ain't it kid*.

It is probably the case that *ain't* it expressions, or more precisely cliché phrases with *ain't* function here as nonce borrowings; in contrast we find in Blog [1] the use of a single word *kvetch*, probably a lexical borrowing in some American regions.

A very different situation is found in Blog [20] where a dialect is used in a longer stretch of text

*O Kreeeshnaaa yewww aaa da greataste mewzeeshan aaaf thees worrulldd [=Oh Krishna you are the greatest musician of these world]* (Blog [20])

The blogger transcribes here lyrics to a movie theme in ›Indian English‹. The same blogger code switches twice to another language, Hindi we believe, and consistently highlights all shifts to non-standard with italics.

Other than this example foreign language use was rare, and only in the form of single lexical items. Twice we find cliché borrowings from French to add symbolic meaning to statements about social refinement or courtship ([7 and 24]). One blog-

ger [23] uses single items from German to foreground the theme of his posting, namely his difficulty with German as a second language course. The exception to this pattern was a blogger who transcribes a sign she saw written in German, *ARBEIT MACHT FREI* emphasized in capitals, with no translation or comments on this linguistic fact.

The only other form of non-standard was the use of old English

*Fie upon thee!* [23]

Coining of new words were few. They were compound words mostly about politics, and to some extent build upon other existing names: *Iraqnam*, (Iraq + Vietnam [22]) and *Islamofascim* and *Christofascim* [11]. The only such creation dealing with another subject was *Confidagra* (Confidence + Viagra) in Blog [24]. The other creative technique for noun production were hyphenated chains of adjective(s) + noun(s) that reach their maximum in filter blog about politics, for example

*...is no wild-eyed left-wing extremist  
the veteran is a knee-jerk kool-aid drinker* [11]

Focusing on this morphological conservativeness, the lexicon used by bloggers in this corpus showed little or no similarity to the »Ubercool Morphology of Internet Gamers...« (Driscoll 2002), »techie terms«, »l33t techie lingo« (Le Blanc 2005), or the creative word play of »flamers«. Some emblematic terms from each of these communicative styles are present in mainstream blogging, but they are present as well in other forms of Computer Mediated Communication such as Chat Rooms, Forums, Poster boards, E-mails SMS, Poster Boards, etc.

Indeed, some bloggers in the corpus used »web« or »netspeak« lexical and symbolic items, for example abbreviations and emoticons, but in a low proportion. Five out of all private blogs in the corpus featured emoticons, and as expected, none of the professional bloggers made use of them.

The features outlined by Driscoll (2002) as characteristic of ›gamers‹ language, namely *clips* (bout for about, proolly for probably), *acronyms* (nm for never mind, dl for downloading), *compounds* (moreso, awhile), *blends* (wanna for wanto, thatd for that would), *suffix manipulation* (-or replacing -ed, such as I had ownage; or -or as direct object suffix with phonological rules as in »I need sleepzor«), *alpha-numeric substitutions* (1=L, 3=e, 4=a, 5=s, etc.), show up only seldom in our corpus. Code-switching from binary computer language to standard English as in gamer's language (Le Blanc 2005: 43) was not found.

The few instances of *blends*, wanna, for example, in the examined blogs have less to do with group-internal systematic linguistic transformations than with references to colloquialisms.

To further elaborate on the diversity and systematic manipulation of orthography I draw now from Le Blanc's ethnographic research in a computer mediated community, namely a ›family‹ of gamers. Knowledge and references to programming languages, and an awareness of the symbolic nature of spoken and written language is a vital part of their rules for producing new linguistic forms in this group, and part of what construct the boundaries of the community. Their use of alpha numeric elements serves as the base of an alternative spelling system (Le Blanc 2005:30); the word »80081355« for example is an alphanumeric transcription of »BOOBLESS« (op. cit. 32). It is also the case that this symbol manipulation is built on a previous one, namely the writing of a noun in closed capitals.

In contrast mainstream blogs adhere to standard spelling using alterations to create meanings additional to the standard ones, and mark distinctive spaces in the structure (in the layout) of the blog for such alterations. To see how this works, we take a closer look at one representative example Blog [9]. Our focus is the banner area because it is here that blogs display most freedom with standard orthography. Blog [19] was created with the webtool Blogger, and the basic format actually corresponds

to one of the ›pre-packaged‹ layouts, or templates the tool offers. This has a practical consequence, in that we are not able to reproduce the banner here due to copy right regulations, but we can still present the text of the banner and approximate its positioning in the page,

love thyself, dammit
Because you're worth it.

Blogger [9] is able to construct a very rich layer of meanings based on the two short phrases through the simultaneous play of orthographic conventions, typography and lexical choices.

The blogger profits from what is presented to her as preformatted banner: title and subtitle appear in a type size proportion that is standard for them. The different colors that split the banner horizontally highlight the appropriate placement of the text. She uses this difference to highlight an opposition of register and genres in the two lines she enters in the banner. At the same time complementary hues index to the meaning created by this juxtaposition.

»Love thyself« contains a lexical item that is marked. It is associated with reading and the literary world or with an H-language variety (HL) in Ferguson's terms for diglossic situations. »Thyself« is a reflexive form from old English, currently almost exclusive to written forms, historic and religious texts in particular. The author further substantiates a HL register by complying with proper punctuation twice. First, she places a comma to separate two clauses, and secondly, she does not end place a period after *dammit* but leaves it as open punctuation. This would at first seem non-standard, but it is the convention for larger size titles in journalistic and advertisement genres.

The nice compliance with standards proper to the HL register in the first line contrasts with the lexical choice in the juxtaposed clause. *Dammit* represents a reverse in register: it is part of ›angry language‹ where the speaker lets negative emotions flow

verbally, contrary to social expectations and to the restraint that writing affords, and in addition it is an assimilated form.

Another meaningful contrast between the first and second line is the non-standard punctuation of the second. Although at first glance the blogger adheres to standard orthography, initial letter in capitals, final period to close the sentence, we realize that the line is an incomplete sentence, a subjectless phrase. Nonetheless, from another perspective this random orthography is not a problem. »Because you're worth it«, in contrast to »love, thyself...« refers readers to audiovisual media and pop-culture. Some might recognize this line from a television advertisement for hair-coloring products. A woman with fabulous hair demonstrates the virtue of the hair care product, and ends the spot by looking directly into the camera and sharing with the viewers what seems to be her life motto: »because I'm worth it«. In some versions of this spot<sup>22</sup>, the words of the model are echoed by a male voice saying »[name of the product]..., because you're worth it.

Contrast emerges as a pattern for the production of meaning in the banner of blog [9]. It brings together verbal practices and print literature; formal and informal genres, religious words and market culture elements, because all of them constitute a continuum in the speech community claimed by the blogger for her writing practice.

The second line of the banner, the ›subtitle‹, is resolved when we see that we can read title and subtitle as one. »Love thyself, dammit [,] because you're worth it«.

Non-standard orthographic features, as in this example are representative of the mainstream private blogs that constitute the corpus of this research acquire meaning only by appreciation and understanding of the standard grammar and orthography, its variants across the different established genres, and knowledge of literary conventions. But this appreciation requires also knowledge of the culture and values.

---

<sup>22</sup> One of the first models for this ad (they are replaced as they ›move on in life‹), had a French accent that further contributed to fix this line in the head of viewers.

For the cases of mainstream blogs we examine here, we suggest that the banner works at once as *frame*, (with the implications that mass produced templates have in this case), and at the same time as *footing* (in Goffman's terms) for the ›utterance‹, i.e. the individual blog page itself. The banner, through its semiotic and pragmatic function is a symbol to a) identify the type of ›speech event‹, and b) figure out the footing: how are we to interpret the blogger's own interpretations of her world?

These insights bring us back to the question we placed at the end of Section 3.4 regarding the development of format and form over text. At this point we can answer that writing, *standard English* writing, is still central to mainstream blogging. The interaction of the written text with the spatial and typographic elements supports the meaning of *the practice of writing primarily a sign*, a symbolic practice that marks the boundaries of a community.

But this point of view already implies that blogging is not a solitary hobby. Certainly, it is popularly believed that a key social function of CMC's is networking, connecting with other people one way or another, and that blogs serve this purpose. It would be well worth to take a second look at these assumptions, although in this paper we can afford only a general overview. The next part can help us think about these issues.

### Interactional features

In this project we were asked to examine the use of discourse markers or DM's (*Ge-sprächspartikel*). Their presence is interpreted by some researchers as verification that a conversation is going on, or that blogs are to be treated as dialogs. To what extent is this view productive and correct?

In our data we tallied DMs and in addition listed tags, ›pause‹ fillers/repair like instances, and response cries separately. The results are shown in the table below

Blog type and total	Instances of discourse markers found and blog category			
	Standard DM's (after Schiff-rin)	Tags	Fillers	Response cries
<b>Personal (18)</b>	15 private	6 private	3 private	9 private
	2 professional			
	Blog [9] (private)	Blog [4]	Blog [23]	Blog [16]
	Well, thinking...	...snork, huh?	...erm, I mean	..., but wow!
<b>Mixed (4)</b>	2 private	1 private	0	0
	1 professional			
	Blog [25] (private)	Blog [8]		
	...so great. Really.	...you know?		
<b>Filter (8)</b>	4 private	0	2 private	0
	Blog [21]		Blog [19]	
	Yes, the dude will be confirmed		thought.. hmm, maybe	

The DM ›so‹ and its variants was the most frequent, fairly distributed among all ›DM positive blogs‹ (14 times). Interestingly, we found no instances of *by the way*, or its ›netspeak‹ acronym ›BTW‹<sup>23</sup>.

In the case of tags we included instances where an emoticon potentially takes up this function

<sup>23</sup> In a 2001 paper B. Becker discusses how this particular DM is present more in the realm of spoken communication than in written forms. Becker makes some problematic generalizations, but the background research offers good points to understand the place of conversational DM's in informal writing. We want to point out that we found this paper in a rather eclectic non-scholarly website, and unfortunately have not been able to locate the original publication source.

...no longer fit her. :-)  
...lucky me :-p Blog [1]

The rationale behind this interpretation is found in Goodwin and Goodwin (2001) where they discuss how »displays of emotion emerge within interaction, and have strong social consequences« (Goodwin & Goodwin 2001: 254). Drawing from previous research they indicate how their own data confirms that »a triggering event made relevant a subsequent assessment, [Triggering event] + [Assessment]« (ibid.), in which the assessment slot is a place for diverse stances that include indignation, glee, etc. Furthermore, »participants treat the assessment slot as a place for heightened mutual orientation and action«. Emoticons, in this sense are not mere expressions of inner emotional states, rather self evaluations triggered by previously made statements that intend to orient reactions from (potential) participants. The use of emoticons in interaction in this way concurs with another finding by Goodwin and Goodwin, actually from a case of aphasia, when they indicate that »speakers can produce a relevant display of emotions with minimal lexical resources« (Goodwin and Goodwin 2001: 248). Moreover, from this perspective the issue of response cries as randomly ordered in interaction no longer holds, and they can be understood as parts of a larger activity system.

It is also relevant to remember that the original emoticon was a highly interactive icon, the

Smiley Face, designed by Harvey Ball in 1964<sup>24</sup> to help boost the moral and friendliness among workers in a private company. The Smiley functioned as a summons to 'act nicely'. As in 1970 the words *have a nice day* were added Smiley had become fashion (op cit), and was a widespread *post scriptum* in personal letter writing. Emoticons still carry this ›your-turn to-react-the-way-I-suggest‹ component as internet

---

<sup>24</sup> <http://www.ideafinder.com/history/inventions/smileyface.htm>



users have altered the icon to communicate anger, sadness, joy, all the way to sexual depictions to evoke the erotic or even aggression.

The Smiley face is a good example of how particles that are characteristic of face-to-face, telephone, and computer mediated conversations, were already used in written forms of communication before the computer era and the internet. The issue is perhaps one of genre rather than of medium. Conversations are after all a specific form of interaction, and its defining characteristics and rules have been clearly defined for the case of standard English in the numerous publications of Harvey Sacks and Emmanuel Schegloff, in the work of the latter in particular.

We should also consider the degree to which different languages reveal and orient interaction in formal<sup>25</sup> written genres. In US English it is customary to use first and second personal pronouns to develop arguments in a wide range of genres. In contrast impersonal forms appear to be dominant in the German language. Moreover, in the 90's scholarly writing in the US, in particularly the Social Sciences, experienced a shift set in motion by the desire to demythify the 'unitary' notion of authorship. First person writing was encouraged as a way to make the historic and interactive nature of the writing process more transparent. The key concept here was not 'dialogue' but 'dialogism' as formulated by Bakhtin. Monologues, including inner speech, are *dialogic* as well.

Based on this understanding of social nature of language, and the impact for our understanding about the anchoring and flow of ideologies thereby implied, we can draw on arguments about the monologue as a form of communication, and its place in society. Goffman has outlined critical social issues surrounding monologues in his paper on response cries (1978). He addresses the difference between socially acceptable monologues, and those that are taboos. He depicts the case of a person caught talking to herself, and contrasts it to the case for example, of someone

---

<sup>25</sup> We are aware that the categories ›formal‹ v. ›informal‹ have been revisited, but for the purposes of this paper, we will not go into this certainly relevant discussion.

caught involved in dictating something to a recorder. Although the second case is not taboo (a case of productivity instead of alienation), the person would still experience discomfort and feel the need to explain what she is doing. Thus, monologues such as Carlin's *Seven Dirty Words* (on-stage performance for an anonymous public), and the Star Trek Captain's Log Book (Kirk dictates to a computer because it is part of his job) are legitimate although different forms of social *interaction*. In the second one, where a television viewer witnesses space ship diary writing ›behind the back‹, some level of individual voyeurism is at play.

What is of interest in mainstream blogs is precisely that they enact the tensions between socially acceptable forms of monologues (news filtering, reports by ›men on a mission‹), versus personal diaries meant to be private. This tension is absolutely nothing new and even takes in the gender questions addressed by Herring (2003, 2004). Blogs can not declare themselves ›columns‹, one of the most free and accessible forms of newspaper writing (and one of the most prestigious too), although in the practice they come very close to this genre in language and format, including fan following for the most popular columns with appropriate feedback channels.

#### Syntactical patterns

With regard to the question of sentence complexity the distribution of simple and complex sentences in our corpus does not seem to yield any significant conclusions. In general, conjunctive sentences showed the lowest frequency in private blogs; simple sentences occurred less often than complex sentences, and elliptical expressions were found in most private blogs (first person subject missing), in a style similar to telegraphic writing. Professional blogs, as expected, had the highest ratio of single (and shorter) sentences, following average journalistic style.

For the case of private blogs it could well be the case that syntax complexity is exploited as a resource for parodying other styles, and construct other meanings

this way. One such case is blog [6]. The maximum number of simple sentences in private blogs was nine, but blog [6] had sixteen such sentences. As it is, in one particular entry the blogger is aiming at additional meanings by overusing this style, and contrasting it with a very long and convoluted (subordinated + coordinated chain) sentence at the start of the blog entry.

What is more salient in regard to syntactic constructions is the placement of pictures in a syntagmatic relationship within the text, something that only few bloggers in the corpus achieved. Van Leeuwen (2004) goes over this multimodal phenomenon in particular for the case of advertisement. The most accomplished blog in this regard was blog [25] where a variety of strategies are used to connect the picture to the syntagmatic structure. I am not able to reproduce the pictures here due to copy right laws, but through his picture placement the blogger produces some of the most interesting instances of non-standard uses of the language, and an extensive discussion would be well deserved.

### 3.5 Conclusions and perspectives

We sum up the main points of the preceding sections as follows,

1. Our assumption that excluding certain topics would help outline a homogenous group of bloggers more or less representative of the US mainstream discourse community turned out to be an acceptable approach.
2. This resulting community is characterized in their language use by display of affiliation to Standard American English. Although in principle membership into one *linguistic* community does not exclude participation in another, this *discourse* community displays monolingualism as a boundary, whereby borrowing from other dialects or languages appears in nonce form only, and whereby borrowing from ›netspeak‹, including glyphs, is also not

widespread, but appears to be less marked, perhaps at the level of lexical borrowing.

3. Neologisms are rare, and that they seem to be more frequent in specific thematic/emotional fields. Neologisms (only in compound forms) are typical of political argumentation and discursive spaces for strong and marked emotions such as anger, disgust, in particular relating to intimate subjects. Hyphenated word chains to produce new adjectives as in: *a heavier-than-anticipated turnout* [11] is a frequent occurrence that follows as well the thematic and semantic field pattern previously suggested.
4. Misspellings are uncommon, and punctuation is standard. Here we must consider that the conventions of popular media such as advertisement and comic books offer parallel conventions that are part of the culture to which members of this community have access.
5. The use of ›spoken‹ language was present, but this is not a trait unique to blog writing. Offensive language is not taboo, but still in a manner that tests the boundaries of free speech, not one that tries to inverse the order of things as when compared to the language of gamers. In this community obscene language has lost part of its offensive value, and participants are the ones who decide which words are taboo (See Le Blanc 2005).
6. Syntactic complexity should not be taken exclusively at face value or as guideline for individual style only; it is very likely another linguistic resource that bloggers in this community manipulate to achieve 'artistic' effects. As a matter of fact, the production of witty texts, showing a lighter outlook to life seems to be more valued than literary prose or 'serious' writing, if the frequency of such texts is taken as an indicator of this possibility.
7. In our opinion the most 'radical' form of non-standard writing in the corpus is that which mixes elements normally read at the iconic level (pictures, pos-

ters, popular iconography), and places them in slots along the syntagmatic axis of meaning. This opens up simultaneous symbolic and indexical readings through the effect of multimodality (see blog [25]). The trend however, seems to be to separate pictures and video from text, so that this form of 'radical' syntax seems to be displaced from the mainstream discourse community.

In order to revise and elaborate the preliminary insights we have presented here we consider Van Leeuwen's »Ten Reasons Why Linguistics Should Pay Attention to Visual Communication« a good point of departure. We concur with most of his propositions, yet find it important to address one aspect in particular. A fair discussion calls for treatment at length, but here we can only introduce it as concluding remark to our contribution to this project. According to Van Leeuwen,

*Genres of speech and writing are in fact multimodal: speech genres combine language, and action in an integrated whole, written genres combine language, image, and graphics in an integrated whole. Speech genres, should therefore be renamed »performed« genres, and written genres »inscribed« genres. Various combinations...are of course possible (Van Leeuwen 2004: 10).*

In fact, from another perspective all communication is an act of performing the self. The different nature of speech genres *primary genres* in Bakhtin terms, and written genres which Van Leeuwen addresses has perhaps to do with the fact that unwritten audio/visual/tactile forms of communication (not to forget the sense of smell) are *embodied*. We never encounter the Other value-free, but with collectively guided perceptions, mixtures of sociocultural patterns and cognition, that are our unconscious guide to read the performance of the embodied Other, as van Leeuwen well implies, in 'parallel' yet simultaneous processing with any other message. This reading of the embodied Other is not a rational but an aesthetic process. Shape of the body, what the skin looks like and how it feels, quality of voice, the sounds of the language

of choice, the smell of our bodies and of our perfumes, these are all entangled signs that are constantly read. Although they are always messages or part of messages, we are their authors only to a limited extent. When we write we attain some control over the interpretation of our performances, provided we have the technology to write. When we write we are more able to deceive because the product of writing, the text, is disembodied.

Already in the late XVIII century the first feminist of the New World, the nun Juana Ines de la Cruz, learned and mastered this lesson. Her Bishop and confidant, made public a compelling letter in which another nun called her to reason. Juana had been misbehaving -she was writing too much, and praying to little. The author of the letter of admonition was not a nun, but the Bishop himself. Not that Juana did not realize who was behind the well impersonated letter, but she chose to reply as if she didn't know. The power of a disembodied act of communication, the written word, allows Others to pretend to be equals. In her case, it allowed a man to pass as a caring female, and a writer to pass as a naïve reader. But in the end her life plot of writing to escape being read through her body failed. She had to swear off writing before a Church Court, and sign a document that stated »I am the Worst One«, with her own blood. For Juana writing was in the last minute an act of embodying her place in the world according to others.

With this considerations I echo Goffman<sup>26</sup> (1978: 103) when he writes: »I believe that any analysis of self-talk (or for that matter, any other form of communication) that does not attend to this non-linguistic sense of embedding and transformation is unlikely to be satisfactory.« In the case of blogging these transformations would include non-standard forms such as what we find in Koko's blog.

---

<sup>26</sup> The relevance of Goffman for studies about multimodality is addressed in several contributions to *Discourse and Technology: Multimodal Discourse Analysis*, a fact that is highlighted in the introduction to this book.

## References/Internet addresses

### Scholarly Publications

- Becker, B (2001). »By the Way«. Linguistic analysis, Part 1. In: [mysite.verizon.net/douglas.oswell/btw.Pdf-SupplementalResult](http://mysite.verizon.net/douglas.oswell/btw.Pdf-SupplementalResult)
- De Gerdes, Marta (2000). »Kuna Personal Narratives as Verbal Art«. In: *Translating Native American Discourse*. J. Sherzer & K. Sammons, eds., pp. 158-63. Smithsonian Press: Washington, D.C.
- Driscoll, Dana (2002). »The Ubercool Morphology of Internet Gamers: A Linguistic Analysis«. In: *Undergraduate Research Journal for the Human Sciences*, Vol 1, 2002.  
<http://www.kon.org/urc/driscoll.html>
- Goffman, Erving (1978). »Response Cries«. In: *Language in Use. Readings in Sociolinguistics*. John Baugh & Joel Sherzer, eds. New Jersey: Prentice Hall.
- Hendrick, Stephanie [also Nilsson] (2002). A Brief Overview of the Linguistic Attributes of the Blogosphere. Department of English Linguistics, Umeå University, Sweden.  
<http://www.sumofmyparts.com/work/>  
<http://www.eng.umu.se/stephanie/web/blogspeak.pdf>
- Hendrick, Stephanie (2004a). Issues of Identity in Disembodied, Non-Textual Virtual Spaces: Case Studies: Traveler. Paper for the Seminar Field Methods in the Social Sciences. Department of English Linguistics, Umeå University, Sweden.  
<http://www.sumofmyparts.com/work/>
- Hendrick, Stephanie & Lilia Efimova (2004). In Search for a Virtual Settlement: An Exploration of Weblog Community Boundaries. Department of English Linguistics, and HUMLab, Umeå University, Sweden.  
<http://www.sumofmyparts.com/work/>
- Hendrick, Stephanie & Therese Örnberg (2004). The Weblog as an Immersive Space. *Moblogging Jokkmok* 2004. Department of English Linguistics, Umeå University, Sweden.  
<http://www.sumofmyparts.com/work/>
- Herring, Susan (2003). The Past, Present and Future of Weblogs. School of Library and Information Science, Science Colloquium Indiana University, Bloomington, USA.  
<http://ella.slis.indiana.edu/~herring/slis.blog.ppt>
- Herring, Susan, Inna Kouper, Lois Ann Scheidt & Elija L. Wright (2004). »Women and Children Last. The Discursive Construction of Weblogs«. In: *Into the Blogosphere, Rethoric, Community, and Culture of Weblogs*. <http://blog.lib.umn.edu/blogosphere>.
- Herring, Susan C. , Inna Kouper, John C. Paolillo, Lois Ann Scheidt, Michael Tyworth, Peter Welsch, Elijah Wright & Ning Yu (2005). *Conversations in the Blogosphere: An Analysis »From the Bottom Up«*. Proceedings of the Thirty-Eighth Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-38) Los Alamitos: IEEE Press.
- Keil, Benjamin (2001). *Guilty 'Till Proved Innocent: a review of Mock Ebonics: Linguistic racism in parodies of Ebonics on the Internet*, November 5, 2001. [http://bkeil.bol.ucla.edu/LING\\_L520\\_Mock-Ebonics-Review.pdf](http://bkeil.bol.ucla.edu/LING_L520_Mock-Ebonics-Review.pdf)
- LeBlanc, Tracy Rene (2005). »Is there a translator I teh House«?: Cultural and discourse analysis of a virtual speech community on an internet message board. Master Thesis. Department of Geography and Anthropology. University of Louisiana at Lafayette, USA.  
<http://penismightier.com/articles/thesis.pdf>
- Levine, Philipe & Ron Scollon, eds. (2004). "Introduction". In: *Discourse and Technology: Multimodal Discourse Analysis*. Philipe Levine & Washington: Georgetown University Press.
- Ronkin, Maggie & Karn, Helen E. (1999). »Mock Ebonics: Linguistic racism in parodies of

- Ebonics on the Internet«. In: *Journal of Sociolinguistics* 3, Nr. 3., pp 360-380.
- Roth-Gordon, Jennifer (2002). *Slang and the Struggle over Meaning, Race, Language and Power in Brazil*. Ph.D. Dissertation. Department of Anthropology, Stanford University, USA.  
[http://www.brown.edu/Departments/Race\\_Ethnicity/roth-gordon/writing.htm](http://www.brown.edu/Departments/Race_Ethnicity/roth-gordon/writing.htm)
- Schiffrin, Deborah (1987). *Discourse Markers*. *Studies in Interaction*. New York: Cambridge University Press.
- Sherzer, Joel (2002). *Speech Play and Verbal Art*. Austin: University of Texas Press.
- U.S. Supreme Court. (1978). "FCC v. Pacifica Foundation, 438 U.S. 726 (1978)". In:  
<http://caselaw.lp.findlaw.com/scripts>
- Van Leeuwen, Theo (2004). "Ten Reasons Why Linguists Should Pay Attention to Visual Communication". In: *Discourse and Technology: Multimodal Discourse Analysis*. Philippe Levine & Ron Scollon, eds. Washington: Georgetown University Press, pp. 7-19.

### Journalistic Publications

- Columbus, Louis. (2005). »Blog Mining Gets Real«. [http://cincom.typepad.com/simplicity/2005/08/blog\\_mining\\_get.html](http://cincom.typepad.com/simplicity/2005/08/blog_mining_get.html)
- Cook, Franklin (2001). »Linguists See Internet Lingo as Cultural Catalyst«. <http://www.yourdictionary.com/library/article010.html>
- Ermert, Monika (2005). »Internet-Tagebücher. Streng öffentlich«. *Rheinischer Merkur*. <http://www.rheinischer-merkur.de/>
- Mead, Rebecca (2000). »You've Got Blog«. *The New Yorker*. [http://www.rebeccamead.com/2000\\_11\\_13art\\_blog.htm](http://www.rebeccamead.com/2000_11_13art_blog.htm)
- Perez, Juan Carlos (2005). »Blog readers younger, richer than average Web surfer«. *IDG News Service*.  
<http://www.infoworld.com/news/index.html>
- Times Warner Public Relations (2005). »CNN celebrates 25 years with special programming, global conference«. <http://www.timewarner.com/corp/newsroom/pr/0,20812,1064582,00.html>

### On-line Reference Sites

- BlogBib: Select Librarian/Library Blogs  
<http://blog-bib-liblogs.blogspot.com/>
- Idea Finder  
<http://www.ideafinder.com/history/inventions/smileyface.htm>
- Introduction to Web Server Logs. Division of Student Affairs, University of North Carolina, Greensboro (2005)  
<http://www.uncg.edu/saf/web/logs/>
- Maritime Topics on Stamps  
<http://www.shipsonstamps.org/Topics/html/navigat.htm>
- National Institute for Technology and Liberal Education (NITLE). The NITLE Blog Census (2003) <http://www.blogcensus.net/?page=Home>
- The Wikipedia  
<http://en.wikipedia.org/wiki>
- Organization and Company Sites
- BloggerCon Conference  
<http://www.blogger.org>
- Blogher Conference  
<http://www.blogher.org>
- ComScore Networks  
<http://www.comscore.com>
- UmbriaCommunications



## KAPITEL 3 US-Englische Weblogs

<http://www.umbriacom.com>

Personal Blogs

Anotaciones de un Internáuta [http://tremendo.com/bitacora/archivo/?10/22/2001\\_6527472](http://tremendo.com/bitacora/archivo/?10/22/2001_6527472),  
Oct. 22, 2001

Koko's Photoblog

<http://www.koko.org>

JOI ITO

[http://joi.ito.com/archives/2002//12/25/steve-mann\\_on\\_glogs.html](http://joi.ito.com/archives/2002//12/25/steve-mann_on_glogs.html), Jan. 1, 2003

Meg Hourihans Personal Blog

<http://www.megnut.com>

Vaspers the Grate

<http://vaspersthegrate.blogspot.com/2005/02/blogs-new-ham-radio.html>

## Annex

Nr.	Thema	Adresse	Titel
1	Personal	<a href="http://maranieskiddo.blogspot.com/">http://maranieskiddo.blogspot.com/</a>	Maranie=Mommy
	mommyblog		
2	Mixed blog	<a href="http://blog.nickfrazier.com/">http://blog.nickfrazier.com/</a>	Lost Time
	Computers + personal		
3	Personal	<a href="http://beautyinthebreakdown.blogspot.com/">http://beautyinthebreakdown.blogspot.com/</a>	beauty in the breakdown
4	Personal	<a href="http://shanachie.diary-x.com/">http://shanachie.diary-x.com/</a>	Scribble Scrabble
5	Personal	<a href="http://keepbreathing.nu/">http://keepbreathing.nu/</a>	keepBreathingnu
6	Personal	<a href="http://sunflower.com/~paulhahn/">http://sunflower.com/~paulhahn/</a>	Hahn's BLOG
7	Personal	<a href="http://www.ennui.motime.com/">http://www.ennui.motime.com/</a>	N is for Neville who died of ennui
8	Mixed blog	<a href="http://coast-to-coast-am.blogspot.com/">http://coast-to-coast-am.blogspot.com/</a>	Linda´s Coast 2 Coast Weblog
	Media + personal		
9	Personal	<a href="http://lovethyselfdammit.blogspot.com/">http://lovethyselfdammit.blogspot.com/</a>	Love thyself, dammit
10	Personal	<a href="http://deoris.blogspot.com/">http://deoris.blogspot.com/</a>	Desilusions of Grandeur
11	Filter, politics	<a href="http://brilliantatbreakfast.blogspot.com/">http://brilliantatbreakfast.blogspot.com/</a>	Brilliant at Breakfast
12	Filter, politics	<a href="http://cockamamieideasinc.blogspot.com/">http://cockamamieideasinc.blogspot.com/</a>	THE DISENCHANTED FOREST
13	Mixed blog	<a href="http://medpundit.blogspot.com/">http://medpundit.blogspot.com/</a>	MedPundit
	Health + personal		
14	Personal	<a href="http://www.homeless-for-5.blogspot.com/">http://www.homeless-for-5.blogspot.com/</a>	HOMELESS-FOR-5
	Homelessness		
15	Personal	<a href="http://vinsonbellar.blogspot.com/">http://vinsonbellar.blogspot.com/</a>	Pearls of Wisdom ...and MINDLESS RANTS!!!
	Political insights		

## KAPITEL 3 US-Englische Weblogs

Nr.	Thema	Adresse	Titel
16	Personal	<a href="http://anotherdeepbreath.blogspot.com/">http://anotherdeepbreath.blogspot.com/</a>	Me Against Myself
17	Personal Writing	<a href="http://fiftytwowriting.blogspot.com/">http://fiftytwowriting.blogspot.com/</a>	FIFTYTWO WRITING
18	Personal	<a href="http://www.badsamaritan.com/archives/2001/07/letters_words_sentences_paragraphs_a_conversation.php">http://www.badsamaritan.com/archives/2001/07/letters_words_sentences_paragraphs_a_conversation.php</a>	Badsamaritan
19	Personal Political insights	<a href="http://1000ph.blogspot.com/">http://1000ph.blogspot.com/</a>	A Thousand Psychic Hillbillies
20	Personal Bollywood	<a href="http://yumnyum.blogspot.com/">http://yumnyum.blogspot.com/</a>	A Walk in the clouds
21	Filter Politics	<a href="http://spaces.msn.com/members/thaosky/">http://spaces.msn.com/members/thaosky/</a>	Thaos Notes from Earth
22	Filter Politics	<a href="http://newquaker.com/notebook.htm">http://newquaker.com/notebook.htm</a>	Notebook
23	Personal	<a href="http://gaunilosisland.blogspot.com/">http://gaunilosisland.blogspot.com/</a>	Gaunilo's Island
24	Personal	<a href="http://everythingsjakeprods.com/EJP%20-%20MBF%20Blog.htm">http://everythingsjakeprods.com/EJP%20-%20MBF%20Blog.htm</a>	Forty cups of coffee
25	Filter Politics	<a href="http://sokpuppet.blogspot.com/">http://sokpuppet.blogspot.com/</a>	Adams Life
26	Filter Law and IT	<a href="http://kevin.lexblog.com">http://kevin.lexblog.com</a>	Kevin's Blog
27	Mixed blog Personal + autopsies	<a href="http://www.autopsyreport.netfirms.com/">http://www.autopsyreport.netfirms.com/</a>	Autopsy Report
28	Filter „obsessively covers the autoindustry“	<a href="http://www.autoblog.com">http://www.autoblog.com</a>	Autoblog
29	Filter, IT updates	<a href="http://weblog.infoworld.com/udell/">http://weblog.infoworld.com/udell/</a>	INFOWORLD Jon Udell's Weblog
30	Personal Travel chronicle	ext of a blog entry sinceeans for emphasis inal rising intonation. d it serves also to communicate mood (melllow,ss foranness thhttp://blogs.csmonitor.com/my_american_experience/	My American experience

## 4 **SPRACHLICHE UND TEXTUELLE ASPEKTE IN ITALIENISCHEN WEBLOGS**

### Summary

Blogging is one of the most popular forms of computer mediated communication at present. As a new interactive form of communication, it opens up a very interesting research field for linguists. This concerns less the creation of a new online journalism, but rather online diaries, written by young people mostly, which is realized in a written, conceptual oral media form. After a brief introduction to the Italian blogosphere, the essay provides, on the basis of a corpus made up of 30 blogs, a description of its hypertextual features on the one hand and on the other a first basic linguistic approach to the matter by means of the model concerning media/conceptual oral/written language which draws on Ludwig Söll's (1974) model and was later developed and extended by Peter Koch and Wulf Oesterreicher (1985 et al.). The way this new form of orality manifests itself on different linguistic levels is explained through several authentic examples. The article ends with a glance at the possible effects of blogging and its future.

## 4.1 Blogosphäre in Italien

Unaufhaltsam treibt die Entwicklung von Kommunikation und Medien den Wandel unserer Gesellschaft voran. Computer, Internet und Mobilfunk haben das Kommunikationsverhalten in den letzten Jahren grundlegend verändert. Dank technischer Errungenschaften wird Raum geschaffen für neuartige Kommunikationsmodelle, welche die aus der Online-Revolution entstandene neue Kultur des kommunikativen Austausches Stück für Stück weiter erschließen. Weblog heißt seit wenigen Jahren das Schlagwort, mit dem die digitale Revolution dem Online-User wieder neue Impulse gibt und sich als alle Erwartungen übertreffende, völlig neue Form des Austauschs zu etablieren scheint. Gleich mehrere Gründe sprechen für diesen Erfolg. »Il blog si è affermato perché richiede una capacità tecnologica individuale praticamente nulla«,<sup>1</sup> so der Guru unter Italiens professionellen Bloggern, Giuseppe Granieri. »A blog gives everyone, regardless of education or technical skill, the chance to publish material«, heißt es ergänzend dazu im *Handbook for Bloggers and Cyber-Dissidents* (Pain 2005: 5). Und das so genannte »Publizieren von unten« ist sicherlich der wichtigste Grund für den Siegeszug durchs Netz. Ohne dass einem technisches Können und HTML-Kenntnisse abverlangt werden, ermöglichen einfach bedienbare Tools das schnelle und unkomplizierte Einrichten eines Blogs, das als neue, medienhistorisch revolutionäre, computervermittelte Kommunikationsform jene »democrazia comunicazionale« in Aussicht stellt, »auspicata da tutti, mai realizzata da nessuno« (Dovigi 2003: VIII). Auf der gleichen Wellenlänge der Schriftsteller und Schreiber des Blogs *Carmilla* Giuseppe Genna: »Si rompe la dittatura silenziosa della produzione culturale in Italia«. <sup>2</sup> An der Schwelle zum neuen Jahrtausend in den USA gestartet, begann das Bloggen nach kurzer Zeit eine erstaunliche Eigendynamik zu entwickeln und wurde zu einer der populärsten Kommunikationspraxen im Netz.

---

<sup>1</sup> <http://www.bookcafe.net/blog/blog.cfm?id=60>

<sup>2</sup> <http://www.carmillaonline.com/>

An diesem in erster Linie nicht von kommerziellen Interessen dominierten Bruch mit der traditionellen Medienkultur beteiligen sich auch immer mehr ›internautik. Antonio Cavedoni, Vorreiter der italienischen Blogger, schreibt rückblickend dazu: »Per quello che ne so, i primi weblog personali italiani sono nati verso giugno-luglio 2000. Il fenomeno avevo cominciato a prendere piede in America (...) e noi, molto semplicemente, ci siamo aggregati aprendo siti del genere a nostra volta.«<sup>3</sup> Allerdings blieb das Bloggen anfangs auf erfahrene Anwender (Informatiker, Experten für Multimedia- und Internetanwendungen etc.) beschränkt, die mittels der Auszeichnungssprache HTML in kostenlos zur Verfügung gestellten Webspaces ihre persönlichen Sites publizierten. 2002 bot dann *Splinder* als erster italienischer Blog-Provider Serverplatz und Layoutvorlagen, so genannte *templates*, kostenlos an und in der Blogosphäre kam der Stein ins Rollen. Eloisa Di Rocco, unter dem Pseudonym *la Pizia* in der Szene bekannt, sieht im Jahr 2002 die Wende für den Durchbruch auf breiter Basis: »Il 2002 è stato decisamente il loro momento d'oro. Se all'inizio dell'anno se ne registravano appena trecento in tutta Italia, a giugno erano diventati più di mille e a dicembre circa tremila. La rivista *GQ* affermò che aprire un blog era fra le tre cose più ›cool‹ da fare nel 2003« (Di Rocco 2003: 73). Auch wenn offizielle Statistiken nicht vorliegen, kann eine Zusammenstellung der Daten für den Zeitraum Oktober 2004 - Oktober 2005 einen ersten, wenn auch nicht vollständigen Einblick in das in Italien um sich greifende Blog-Phänomen geben (s. Abb. 1).<sup>4</sup>

Das exponentielle Wachstum lässt sich anhand dieser Zahlen nicht von der Hand weisen. Zwar nehmen sich die Zahlen im Verhältnis etwa zu den USA noch recht bescheiden aus. Doch neue Anbieter versuchen Defizite in der italienischen Blog-Infrastruktur abzutragen. Zunehmend mehr Menschen sind in Italien mit einem Blog

---

<sup>3</sup> <http://cavedoni.com/blogorroico/>

<sup>4</sup> Die Daten stammen von Sergio Maistrello, Autor der sehr erfolgreichen Monographie *Come si fa un blog* (Wie richtet man ein Blog ein) und Betreiber des gleichnamigen Blogs (<http://www.come-sifaunblog.it>). Er startete die Statistik im Oktober 2004 und bringt sie seitdem monatlich auf den neuesten Stand. Keine Daten angegeben haben die Portale Clarence/superEva, DiaBLOGando, Blogs.it, Tiscali Blog, Virgilio Blog sowie Blogger und TypePad.

Plattform	gehostete Blogs Oktober 2004	gehostete Blogs Oktober 2005	Variation	Variation in %
MSN Spaces*	-	~ 200000	-	-
Splinder	82.661	142.104	59.443	71,90%
Excite Blog	11.906	17.227	5.321	44,60%
Libero Blog**	12.222	14.040	1.818	12,90%
Bloggers.it	7.491	13.569	6.078	81,10%
Tim i.blog (moblog)	4.251	11.850	7.599	178,70%
il Cannocchiale	5.052	11.739	6.687	132,30%
iobloggo.com	3.059	5.963	2.904	94,90%
Aruba	2.028	5.851	3.823	188,50%
Mr.Webmaster***	1.491	1.840	349	18,70%

Abb. 1: \*MSN Spaces und \*\*Libero Blog wurden erstmals im September 2005 in die Tabelle mit aufgenommen, \*\*\*Mr.Webmaster im August 2005.

im Internet präsent. Tendenz steigend. Die treibenden Kräfte hierfür sind Anbieter, die die Bedürfnisse und Verhaltensweisen der neuen Nutzergeneration grundlegend zu verstehen versuchen, Angebote entsprechend ausrichten und Formate demgemäß konzipieren. Einen bedeutenden Anteil an diesem Erfolg haben aber auch professionelle Blogger, die an Initiativen und öffentlichen Diskussionveranstaltungen wie *BlogRodeo*<sup>5</sup>, *Blog Age*<sup>6</sup>, *Webdays*<sup>7</sup> etc. teilnehmen und so nicht nur Werbung in eigener Sache machen, sondern dem interessierten – meist jugendlichen – Publikum die aus ihrer Sicht höchst effektive Form des Kommunizierens näher bringen. Weiterhin organisieren Blog-Portale selbst in unregelmäßigen Abständen ein *blograduno* (Blog-Treffen) für die Mitglieder ihrer Online-Community und aufsehenerregende Postings landen nicht selten einen regelrechten Scoop, der die Blogosphäre in das Rampenlicht einer breiten Öffentlichkeit katapultiert.<sup>8</sup>

<sup>5</sup> <http://www.blogrodeo.it>

<sup>6</sup> <http://www.quintostato.it>

<sup>7</sup> <http://www.webdays.it>. 2004 (<http://www.webdays.it/index2004.html>) fokussierte man das Interesse auf Weblogs (I giorni dei Blog).

<sup>8</sup> Stellvertretend hierfür folgende Nachricht: Nicola Calipari, Mitarbeiter des italienischen Geheimdienstes SISMI, war in Bagdad im Mai 2005 bei der Befreiung der Journalistin Giuliana Sgrena von der Tageszeitung *Il Manifesto* maßgeblich beteiligt. Kurz nach Freilassung der Geisel kam er auf dem Weg zum Flughafen an einer Straßenblockade ums Leben, als amerikanische Sol-

Blogger bringen je nach texttypologisch relevanten Parametern, Informationen, Meinungen, Berichterstattungen, Nachrichten, Botschaften, Gerüchte etc. auf den Bildschirm. Ob nun als persönliche Website mit kurzen oder längeren, mehr oder weniger link-intensiven Beiträgen, oder als privates Kommunikationsmittel, das in Form eines Online-Tagebuches in mehr oder weniger regelmäßigen Abständen aktualisiert wird: In der italienischen Blogosphäre gibt es einfach nichts, worüber nicht geschrieben, d.h. gebloggt wird. Ein Portal wie *Blogo* z.B. bietet zwar kein journalistisches Vollprogramm, aber doch ein breites Spektrum, wie sie die traditionellen Tages/Wochenzeitungen und themenspezifischen Periodika hervorgebracht haben. Die Strategie, mit regelmäßig aktualisierten, informativen (Kurz)Meldungen und Berichten zu allgemeinen Themen wie Auto, Kino, Reisen, TV, Mobiles, Buch etc. den herkömmlichen Printmedien Paroli zu bieten,<sup>9</sup> scheint aufzugehen. Neben redaktioneller Kompetenz ist der Nutzwert der Kurznachrichten und Meldungen das eigentliche Erfolgsrezept, auch wenn der Erlös der Online-Aktivität noch immer recht bescheiden ist. Die für die einzelnen Blogs produzierten publizistischen Inhalte ziehen immer mehr Nutzer auf seine Sites. Sie gehören mittlerweile zu den anspruchvollsten und meistgenutzten in Italien. Ein Blick auf die Statistik (Abb.2) zeigt, wie erfolgreich *Blogo* in der Informationsflut der neuen Medienwelt mit bloßen Nutzwert-Interessen sein kann.

Wenn es um Nachrichten geht, ist die Zeitung zwar immer noch das Massenmedium Nummer eins, doch das *Content for free*, die kostenlose Nutzung von Online-

---

daten unbegreiflicherweise auf das Auto feuerten, in dem sich neben dem Agenten die Journalistin und der Fahrer des Autos befanden. Eine von Präsident George W. Bush eingesetzte Kommission übergab den italienischen Behörden einen Bericht voller Omissis, die aber von dem Blogger Gianluca Neri (Nickname b.georg) bei der Übertragung mittels copy and paste der auf der Website der Multi-National Force erhältlichen originalen pdf-Datei in eine Worddatei entschlüsselt und in seinem Blog Macchianera der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurden (cfr. [http://www.macchianera.net/2005/05/01/il\\_rapporto\\_calipari\\_senza\\_omi.html](http://www.macchianera.net/2005/05/01/il_rapporto_calipari_senza_omi.html)). Per Schneeballeffekt landete der Skandal schließlich auf den Titelseiten der Zeitungen und in den Nachrichtensendungen der öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehanstalten.

<sup>9</sup> *Blogo.it* bietet z. Zt. folgende monothematische Blogs an: *Auto-*, *Books-*, *Cine*, *Deluxe-*, *Download-*, *Eco-*, *Eurocar-*, *Fashion-*, *Gadget-*, *Games-*, *Gusto-*, *Mela-*, *Mobile-*, *Moto-*, *OSS-*, *Soft-*, *Sounds-*, *Travel-* und *Toblog*.

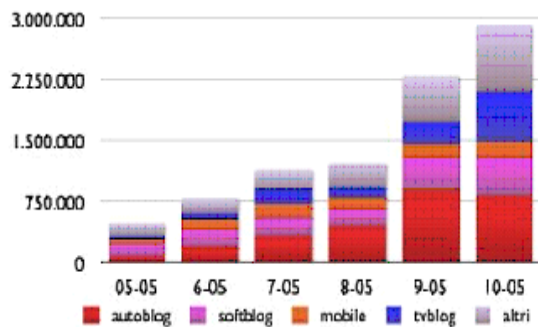


Abb. 2: Seitenaufrufe von Blogo von Mai-Oktober 2005

Angeboten, könnte in naher Zukunft der Katalysator des Wandels im Leseverhalten sein. Mit 2.838.000 Seitenaufrufen im Oktober 2005 (2.270.000 im September) konnte *Blogo* innerhalb kürzester Zeit (im Mai waren es noch knapp 600.000)

sein Traffic mehr als vervierfachen. Ein Beweis dafür, dass es *Blogo* verstanden hat, auf Marktveränderungen zu reagieren, moderne Instrumente zu nutzen, Leser dadurch stärker an sich zu binden und neue Potentiale zu erschließen, z.B. in Form einer breiteren Angebotspalette mit der Eröffnung neuer Blogs wie Downloadblog und Gadgetblog im Juli 2005 und neuerdings Fashionblog und OSSblog.

Trotz fehlender nationalspezifischer, soziodemographischer Statistiken belegen Stichproben den bedeutsamen Anteil Jugendlicher am Medium Weblog als publizistischem Forum.<sup>10</sup> Der Großteil von ihnen führt ein Weblog in Form eines Online-Tagebuches. Dem stehen professionelle Blogger gegenüber sowie renommierte Offlinejournalisten, die sich auch online einer alternativen aktuellen Berichterstattung widmen.<sup>11</sup> Je mehr sich nun das Weblog als neue Form des Publizierens etablierte, sich Blogger daran machten, den Wunsch nach Information, Unterhaltung und Orientierung selbst journalistisch zu befriedigen oder das eigene Leben in Online-Ta-

<sup>10</sup> Nach der jüngsten Statistik von Perseus (<http://www.perseus.com/blogsurvey/blog/050921popdist.html>) liegt weltweit die Anzahl der Blogger in der Altersklasse 13-19 bei rund 58,3%, 20-29 bei satten 30%, 30-39 bei knapp 4,4%, 40-49 nur noch bei 1,1% und in der von 50 aufwärts lediglich bei 0,4%. Nach Geschlechtsdifferenzierung gibt es mehr als doppelt so viele Bloggerinnen (68,1%) wie Blogger (31,9%).

<sup>11</sup> Allen voran Pino Scaccia, Auslandskorrespondent der Nachrichtensendung TG1 der öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Radioanstalt RAI, der immer mehrere Blogs parallel schreibt (u.a. <http://baghdadcafe.ilcannocchiale.it/> und <http://www.pinoscaccia.com/>). Doch bis auf wenige Ausnahmen, neben Pino Scaccia wären u.a. noch Claudio Sabelli Fioretti vom Corriere della Sera (<http://www.sabellifioretti.com/>) und Luca Sofri von Il foglio (<http://ilfoglio.it/wittgenstein/>) zu nennen, sind sie bisher kaum publikumswirksam in Erscheinung getreten, hatten kaum weit reichende publizistische Wirkung.



gebüchern vor der Öffentlichkeit auszubreiten, desto stärker taten sich Frontlinien auf. Nicht nur Vertreter traditioneller Offline-Medien aus Presse und Rundfunk kritisierten den Journalismus von unten, deren Nachrichten trotz gelegentlicher medialer Aufwertung durch Bilder, Töne oder kurzen Videos ihrer Meinung nach weder professionellen Standards noch stilistischen Qualitätsansprüchen genügten. Auch Medienwissenschaftler rügten das Massenangebot an Informationen. »Esistono blog di eccezionale livello (pochi) e blog spazzatura (molti)«, so Carlo Formenti in seinem Blog *Quintostato*.<sup>12</sup> Er erwarte »una scrematura fisiologica [wörtl.: eine physiologische Entrahmung; Auswahl] (oggi circa il 60 per cento dei blog è costituito da diari personali) che eliminerà la fuffa e premierà i weblog più utili, quelli di servizio, consolidandoli su livelli di alta professionalità« (Reboli 2003). Damit löste er eine der am kontroversesten geführten Diskussionen in der italienischen Blogosphäre aus. Am provokativen Begriff der *fuffa* (Nichts, Abfall) lasse sich seiner Meinung nach die große Kluft zwischen den Erwartungen des Mediums und seiner tatsächlichen Leistung am besten zeigen. **Das Fazit der Diskussion:** Einerseits habe sich in Italien eine Hegemonie konsolidiert, »creata da un'élite di pionieri del blog che non riesce a uscire da un gioco sterile di rimandi reciproci«. <sup>13</sup> Andererseits müsse sich alternatives, journalistisches Bloggen vom deontologischen Standpunkt her legitimieren. Auch der Schreibprozess im Allgemeinen wie im Besonderen in Online-Tagebüchern sei ohne ästhetische und sprachlich-reflexive Lernprozesse, Kreativität und Intelligenz kaum zu haben.

Einen der interessantesten Versuche, die Vielfalt und Komplexität der Blogger einigermaßen differenziert darzustellen, unternahm *b.georg* in seinem Blog *falso idillio*.<sup>14</sup> Er unterscheidet zwischen »cacciatori«, »tessitori« und »sciamani«. Die »Jäger« (»cacciatori«) lauern im Cyberspace interessanten Informationen auf, die ihnen als

---

<sup>12</sup> <http://www.quintostato.it>

<sup>13</sup> Francesca Reboli: Stupido Blog, in: <http://blogoltre.it/blog/archives/000086.html>.

<sup>14</sup> <http://falsoidillio.splinder.com/1043518643>

»Beute« (prede informative») zufallen und das Gerüst für ihre mehrmals täglich verfassten Kurzinfos mit externer Quellenangabe darstellen, wobei die »citazione«, also das Einbinden von Fremdinhalten, »che costituisce una delle architetture cooperative della blogosfera«, Dreh- und Angelpunkt ihres »giornalismo di seconda mano« (Journalismus aus zweiter Hand) ist. Die »Weber« (»tessitori«) dagegen »costruiscono discorsi, coltivano interessi nel tempo, li aggregano, esprimo opinioni articolate, confrontano«. Sie kultieren also bestimmte Interessen, sichten, vergleichen und

Blogosphäre in Italien
<b>Infos zu italienischen Blogs</b>
Blog.it [379] ist die erste italienische BlogCommunity und informiert allgemein über Blogs in Italien. Blogosfere [380] versammelt professionelle, monothematische Blogs (von Hip hop bis zu Videonanopublishing). Neues aus der Welt des Bloggens und der Blogger gibt es bei comesifaunblog [381]. Mit Weblog-Providern wie z.B. Bloggers [382], il Cannocchiale [383], Excite [384], loBloggo [385] und Splinder [386] kann man kostenlos ein eigenes Blog einrichten. Wichtigstes GossipBlog ist DagoSpia [387], Blob of the Blogs [388] eine lustig-ironische Sammlung dekontextualisierter Blog-Einträge. TgBlog [389] sendet jeden Tag ein 30 Sekunden Video über das Neueste im und übers Netz. BlogRodeo [390] organisiert Wettbewerbe für Blogger. Einen Blog-Knigge hat Gina Trapani in Lifehacker [391] geschrieben.
<b>Ausgewählte Blogs</b>
Blog notes [392], Carmilla [393], Luca De Biase [394], Il Blog di Beppe Grillo [395], Quinto Stato [396], Leibniz [397], Macchianera [398], Nazione Indiana [399], strelnik [400], Wittgenstein [401]
<b>Statistisches zu italienischen Blogs</b>
Eine Directory gibt es bei blognews [402]. BlogItalia [403] listet Blogs nach Themen und Topographie auf. Einen popularity index der Top100-Blogs bekommt man bei Alexa [404].
<b>Weblog-Einführung, -Lexikon und -FAQ</b>
merzweb [405] gibt eine Einführung in Thematik und Texttypologie. Informationen austauschen kann man im Forum von Blog-O-sfera [406]. Dizionarioinformatico [407] listet (wenige) Begriffe aus der Blogosphäre auf, FAQ werden bei Girodivite [408] beantwortet.
<b>Publikationen</b>
Di Rocco (2003), Dovigi (2003), Roncaglia (2003), Maistrello (2004), Granieri (2005)

fassen verschiedene Informationen zusammen, die in unregelmäßig erscheinenden Postings dann zu (meist längeren) Diskursen verarbeitet werden und so zu einem vielfältig verflochtenen Informationssystem beitragen. Die »Schamanen« (»sciamani«) schließlich sind diejenigen, »in grado di costuire trame e tessuti sulla base di limitatissimi dati di partenza«. Zu ihnen zählen Dichter und Erzähler, weil sie in der Lage sind, »a mostrare il significato emotivo, il ›cosa facciamo e cosa viene fatto di noi«, a delineare la nostra collocazione nel mondo, a dire infine chi siamo, partendo da una base sottilissima di dati: spesso soltanto dai propri moti interiori e dalle proprie osservazioni, mixate con la propria cultura«.

Was die Blogtypologie betrifft, rekurriert man in der italienischen Blogosphäre meist auf die Unterscheidung von Gino Roncaglia (2003): 1. *Weblog di rassegna e di segnalazione*, d.h. Weblogs mit rein informativem Charakter (Auflistung relevanter Informationen mit kurzer Beschreibung des Inhalts und/oder knappem Kommentar und Setzung eines oder mehrerer Links); 2. *Weblog di commento*, wo nicht die Information(en), sondern der Kommentar des Bloggers zu einer verlinkten Website/ Nachricht oder auch nur eine Buch- oder Filmrezension etc. im Vordergrund steht; 3. *Weblog di narrazione (e affini)* ist dem Tagebuch vergleichbar, in dem ausschließlich persönliche Sachen erzählt werden; 4. *Weblog di progetto*, in dem die Arbeit an einem bestimmten Projekt (Entwicklung einer neuen Software, Organisation eines Kongresses, Ankündigungen von Initiativen etc.) der tragende Faktor ist; 5. *Weblog collaborativi*, i.e. kollektive Blogs, in denen gleich mehrere Mitarbeiter blogübergreifend thematische Schwerpunkte behandeln, Informationen kommentieren etc. und schließlich 6. *Photoblog, Audioblog, Videoblog*, also Weblogs, in denen Fotos, Videomaterial etc. verwaltet und/oder angeboten wird.

## 4.2 Empirische Basis

Das zentrale Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, eine (hyper)textuelle und sprachliche Analyse italienischer Weblogs durchzuführen. Sie soll erste Aufschlüsse und Einblicke in das Phänomen liefern. Entsprechend der Zielsetzung wurden 30 Blogs ausgesucht, die mit Hilfe eines vorgegebenen Analyserasters untersucht und deren Ergebnisse exemplarisch belegt und erläutert werden sollen. Aus der Vielfalt und Komplexität der Weblogs eine repräsentative Auswahl zu treffen, war von vornherein zum Scheitern verurteilt. Das Themenspektrum ist zu weit gefächert, die Persönlichkeit der Blogger und jeweilige pragmatische Zielsetzung zum Starten eines Weblogs zu verschieden, die Positionierung zu unterschiedlich, als dass definitive Aussagen gemacht und ein Anspruch auf Repräsentativität erhoben werden könnte. Daher wurde bei der Auswahl und Zusammenstellung der Weblogs – außer bei den professionellen Bloggern, deren Bekanntheitsgrad zur Verbreitung der Blogosphäre wesentlich beigetragen hat und in der italienischen Blogger-Szene unangefochten als Profis gelten (Blogs, [2], [9], [10], [23], [28]) – insbesondere drei Faktoren Rechnung getragen. Zum einen durften die Einträge, Anmerkungen etc., sprich: die Postings, die 4000 Zeichengrenze nicht unterschreiten. Da sich Weblogs aufgrund ihrer Seitenaufteilung, sie bestehen eigentlich nur aus einer einzigen Webseite, mehr für kurze als für längere Beiträge eignen, musste aus einem Weblog meist mehr als ein Posting ausgewählt werden. Zum zweiten wurde im Rahmen des Möglichen und per Zufallsprinzip versucht, ein weites Themenspektrum abzudecken. So finden sich neben einem Blog zu neuesten Trends (Blog [3]), thematisch differenzierte Weblogs zu politischem Zeitgeschehen (Blog [1]), Religion (Blog [4]), Familienleben (Blog [5]), Intranet (Blog [6]), Kino (Blog [8]), Essen und Trinken (Blog [18]), Sport (Blog [20]), Kunst, Musik und Schauspiel (Blog [21]), Welt des Islams (Blog [25]), Buch- und Filmrezensionen (Blog [26]), Reality Show (Blog [29]) und Politik (Blog [30]). Da der Blog-Trend insbesondere Jugendliche erfasst (s. Fußnote 10), die das Weblog

in der Regel als Kommunikationsmittel verwenden, um Persönliches und Privates zu notieren, wurden gleich neun Online-Tagebücher (Blogs, [11], [12], [14], [15], [16], [19], [22], [24], [27]) – auch hier wieder nach dem Zufallsprinzip – ausgewählt. Diese quantitative Auswahl lässt sich auch unter linguistischen Aspekten rechtfertigen. Die Verschriftlichung von Gedanken, Erlebnissen etc. in solchen Diarien kann nämlich trotz medial bedingter Schriftlichkeit als Umsetzung konzeptioneller Mündlichkeit begriffen werden (vgl. 4.5).

### 4.3 (Hyper)textueller Aufbau

Ein Weblog ist ein Publikationsorgan, das sich einer endgültigen Definition entzieht. Vergleichbar etwa mit einer persönlichen Website, erstellt und gestaltet der User sein Weblog individuell, ohne sich jedoch selbst um die Administration der Software zu kümmern. Ein Weblog kann aber auch arbeitsteilig (Blogs [10], [13], [14], [26], [30]) publiziert werden. Seinen Erfolg als Kommunikationsplattform und Medium verdankt es der einfachen Text-Editition. Ermöglicht wird dies von Providern, die in ihrer Software ein *Content Management System* (CMS) implementiert haben, das auf einer Trennung von Form und Inhalt basiert. Bei der Einrichtung eines Blogs wird neben grundlegenden Einstellungen wie Größe, Setzen der Farbe für Hintergrund und Text, Überschriften, Links, Schriftarten und Schriftgrößen etc. auch ein Template gewählt. Dieses Template ist eine Art Homepagevorlage und bestimmt das Layout des Blogs. Es besteht neben einem horizontal sich erstreckenden Header, in dem der Name (eventuell auch ein Motto) des Blogs und des Bloggers (eventuell auch sein Nickname oder Pseudonym) erscheinen, aus einem *Contentbereich* für die Einträge und – sofern kein einspaltiges Layout gewählt wurde (nur Blog [1]) – einer oder mehrerer Sidebars für Informationen (u.a. Archiv, Kategorien,

Kalender, Suchfunktion, Blogroll, RSS Feed).<sup>15</sup> Bei einer Aufteilung der Seite in zwei Spalten können diese rechts (insgesamt 17 Blogs) oder links (5 Blogs) von der eigentlichen Textnachricht, also dem *Contentbereich*, untergebracht werden. Wurde die Drei-Spalten-Aufteilung (6 Blogs) gewählt, findet sich die Textnachricht zentriert und das Informationsmenu auf beiden Spalten (Blog [8], [26], [29]) oder auf der linken Spalte (Blog [10], [20]).<sup>16</sup> Eine reizvolle Alternative bieten Blog [12] und [25]. *Bietolina* (Blog [12]) wählt zwar die klassische dreier Aufteilung mit horizontalem Header, zentriert jedoch nicht den Contentbereich, sondern setzt ihn ganz nach links. Gegenüber den beiden rechts platzierten Sidebars setzt sich der Inhaltsbereich aufgrund einer größeren Spaltenbreite ab. Im mittleren Bereich bringt sie die Navigationsleiste unter, im rechten Kalender und Profil. Als einziges Blog setzt *il passaporto* (Blog [25]) auf ein vierspaltiges Layout, wobei die wiederum größte (hier 2.) Spalte, dem Contentbereich zufällt. Links davon befindet sich die 1. Spalte mit Verweis auf *I nostri esperti, domande e risposte, notizie utili*, rechts die Navigationsleiste (3. Spalte) und ganz außen die Spalte mit hilfreichen Links (4. Spalte).

Längst nicht jedem Blog gelingt es, Bekanntheit in der Blogosphäre zu erlangen. Sind Namen nicht nur Schall und Rauch, können sie sicherlich dazu beitragen. Letztlich entscheiden aber Inhalt und Stil über Erfolg und Misserfolg. Dennoch sind Blogger für ihre Website auf der Suche nach einem passenden Namen, der sich über kurz oder lang in den Köpfen der Internauten fest verankert. Originalität und Individualität sind gefragt. Wenig originell erscheint die Wahl des eigenen (Vor- und Nach)Namens, was – aufgrund der Autoreferentialität verständlich – in unseren Belegen ausschließlich für persönliche Online-Tagebücher (Blogs [6], [12], [22],

---

<sup>15</sup> Das Template von Bloggers weist in der Rubrikbezeichnung *Link sponsorizzati* einen Orthografiefehler. Richtig müsste es *Link sponsorizzati* heißen. Vgl. Blog [11] und [12]

<sup>16</sup> Dass die Seitenaufteilung je nach persönlichem Geschmack erfolgt, zeigen z.B. die Blogs [11] und [12], die beide auf der gleichen grafischen Vorlage des Weblog-Hosters *bloggers* basieren. Während ersteres eine zweispaltige Grafik mit rechter Navigationsleiste gewählt hat, setzt letzteres auf eine dreispaltige Aufteilung mit zentriertem Contentbereich und rechter und linker Informationsspalte.



Abb. 3: Macchia Nera

[27]) das ausschlaggebende Kriterium war. Als wichtiges Differenzierungsmerkmal ist die Generierung alternativer Bezeichnungen sicherlich erfolgversprechender. Neben Wortspielen wie *DiversaMente* oder mit Mediumreferenz (*Blog Trotter* und *Blog Notes*) haben deskriptive Namen wie *Intranet Management*, *il Cinema secondo Me*, *misstrendy*, *Non Solo Gospel*, *Peperosso*, *sport.blog*, *ViaggiDiDamser*, *comesifaun-*

*blog*, *REALITY BLOG*, *PensierieScomodità* und *politicablog* den Vorteil, dass sie eng spezifiziert sind und direkt auf den zu erwartenden Inhalt verweisen.<sup>17</sup> Assoziative Namen wie *Settimo cielo*, *Ri-vivere*, *fracoldflame*, *il passaporto*, *SIGNS OF LIFE* und *La Torre di Babele* evozieren dagegen sicherlich bestimmte Eindrücke und Vorstellungen. Sie erlauben aber keinen präzisen Rückschluss, da sie der sprachliche Inhalt nicht eindeutig festlegt. Hilfreich ist dabei ein Untertitel: *Vita Storie e Pensieri di un Alieno* (*fracoldflame*. [*Leben, Geschichten und Gedanken eines Außerirdischen*]), *arte-musica-spettacolo* (*ViaggiDiDamser*) und *Il giornale dell'Italia multietnica* (*il passaporto*). Dass sich hinter der abstrakten Namenswahl von *dotcoma \*o*) (Blog [17]) kein Blog zur Informations- und Kommunikationstechnologie, sondern ein Alltägliches kommentierendes Webjournal versteckt, würden wahrscheinlich die wenigsten vermuten. Andere Blogger grenzen sich wiederum durch die Wahl einer historisch-philosophischen (*Wittgenstein*) oder literarisch-fiktiven Gestalt (*Macchianera* [Abb.3] und *Carmilla*)<sup>18</sup> von der Szene ab. In Bezug auf Blog-Namen fällt sprachlich bei den Wortspielen zum einen die lautliche Anlehnung an das Medium auf, andererseits

<sup>17</sup> *ViaggiDiDamser* entspricht allerdings nicht den geweckten Erwartungen, denn es ist kein Reisetagebuch. Der Titel ist eher metaphorisch zu deuten und spielt auf Kino-, Theater- und Schauspielbesuche an, über die im Blog berichtet wird.

<sup>18</sup> *Macchia Nera* (*The Blot* © Disney 1939) ist eine Comic-Figur aus *Topolino* (*Mickey Mouse*), *Carmilla* (1871/72) dagegen die Titel- und Hauptgestalt einer phantastischen Novelle von Joseph Sheridan Le Fanu (1814-1873). In der Zwischenzeit ist – wahrscheinlich aus Copyright-Gründen – die Original-Figur von *Macchia Nera* durch einen anderen ›schwarzen Fleck‹ ersetzt worden. Der Blogger nennt sich jetzt *Macchianeren*, was einer Verdeutschung der Figur vorkommt und man im Italienischen aus den *Sturmtruppen*-Comics von Bonvi (i.e. Francesco Bonvicini) kennt.

die Evokation einer doppelten Bedeutung: *DiversaMente* geht auf das Adverb *diversamente* (anders, auf andere Weise) zurück, spielt aber mit Hilfe der Wortgrenze markierenden Binnenmajuskel auf *diversa mente* (eigentlich: *mente diversa*: ein anderer Geist/Verstand) an. Auffällig weiterhin der Gebrauch von Anglizismen (Blog [3], [14], [19], [24], [29]), zwei Mal sogar mit expressiver Großschreibung. Normwidrige Groß- (*Non Solo Gospel*) und Zusammenschreibung (*misstrendy*, *Peperosso*, *politicablog* statt *blog politico* oder *blog di politica*, *coemsifaunblog*) liegt auch im Trend. Nicht immer wird dabei die Wortgrenze wie etwa in *ViaggiDiDamser* durch Binnenmajuskel gesetzt.<sup>19</sup> Bei *il Cinema secondo Me* erlaubt die normwidrige Großschreibung, den Akzent auf das Thema und die ausdrücklich subjektive Meinung zu setzen.

Viele Blogger posten unter eigenem Namen, verbergen ihre wahre Identität also nicht hinter Pseudonymen. Ist letzteres der Fall, so kann man sie semantischen Feldern zuordnen: NAMEN (*cleonelly*, *Clauss*), KULTUR (*Fringe*); LEBENSMITTEL: (*Bietolina*: dt. Mangold), COMICS (*Macchianera*: dt. schwarzer Fleck), ZAHLEN (*02068449*, Blog [7]), COMPUTER (*dotcoma \*.o*), REISEN (*ViaggiDiDamser*; dt. ReisenVonDamser), MUSIK (*Coldflame*), PHILOSOPHIE (*pensieroscomodo*, dt. unbequemer Gedanke; *diversaMente*, dt. anderer Geist/Verstand). Und wenn z.B. *misstrendy* unter *apiedinudinelparco* (barfußimpark) bloggt, spielt sie auf eine Charakterisierung ihrer Person an. Der Pseudonymität im Chat verwandt, erlaubt die »Anonymisierung der eigenen sozialen und personalen Identität« (Schlobinski 2000: 69), frei und ungezwungen »mit sozialen Normen, Konstitutionen und Sanktionen [zu] experimentieren« (Schütz 1995: 112; zit. in Schlobinski: ebd.). Vor diesem Hintergrund verwundert es kaum, dass 19 Blogger im Hinblick auf ihre Identität auf Möglichkeiten der Selbstdarstellung komplett verzichten. Auch ob es sich bei einigen von ihnen um fiktive Online-Identitäten handelt oder nicht, lässt sich kaum ermitteln. Wird aber eine

---

<sup>19</sup> Eine Hybridbildung stellt Blog [11] *PensierieScomodità* dar. Würde man die Wortgrenze konsequent mit Binnengroßschreibung ziehen wollen, müsste man den Namen eigentlich *PensieriEscomodità* oder *pensieriEscomodità* schreiben.



Selbstpräsentation vorgenommen, stehen vielfältige Optionen zur Auswahl. Um die Seriösität der Einträge und der Bloggerin zu unterstreichen, werden in Blog [5] sowohl die Zielsetzungen als auch der berufliche Werdegang der Autorin, die wissenschaftliche Publikationen vorweisen kann, auf eineinhalb Seiten detailliert präsentiert. In Blog [25] ist ihr Name, der auf der Site immer unter dem Header erscheint, ein Link, der auf das professionelle Profil (u.a. Mitarbeit an einem Lehrstuhl) in Form eines kurzen Artikels verweist. Persönliche Informationen (z.B. Geburtsort, Alter, Aussehen) stehen nicht drin. Meist ist in der rechten oder linken Sidebar der Blogger eine Rubrik zu finden, die unter den Links *Chi sono* (Blog [12], [14]), *About me* (Blog [16])/ *About* (Blog [9], [24]) oder *Dove Siete* (Blog [6]) etwas über sich verraten. Bei Portalen wie *Splinder*, *Excite* oder *Bloggers* besteht wiederum die Möglichkeit, bei der Einrichtung des Blogs während des Registrierungsprozesses ein steckbriefähnliches Profil zu erstellen, das dann in der Sidebar untergebracht wird. Die Vorgaben sind zwar implementiert (bei *Bloggers* z.B. **Il mio profilo:** *Sto leggendo, Ho visto, Il pensiero di oggi, Odio, Adoro, Abbigliamento, Vorrei che, Mi piacerebbe che mi regalassero* [Ich würde mich freuen, wenn man mir... schenken würde], bei *Excite:* *Contattami qui..., Sto leggendo..., Ho visto..., Sto ascoltando..., Vorrei tanto..., Frase*) die Einträge erfolgen jedoch rein individuell, gehen jedoch nicht über bestimmte Aspekte persönlicher Vorlieben hinaus. Auch Online-Journalisten (z.B. Blog [6] und [9]) gehen nicht viel kreativer ans Werk. Giuseppe Granieri (Blog [9]) beschränkt sich bei der Selbstdarstellung (Rubrik: *About, Subelement:* »un tal g.g.« [ein gewisser g.g.]) aufs Geburtsjahr und listet dann schön chronologisch und in Kapitel portioniert seine Daten zu [libri](#) | [articoli](#) | [papers e interviste](#) auf.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> In Blog [12] gibt *Bietolina* in ihrem persönlichen Tagebuch bei der Beschreibung *Chi sono* Informationen über sich selbst und ihren Gemütszustand in Form eines Alphabets. Von A: *amabile (quando voglio ;P)* bis Z: *zimpatica haabah*. Auffallend ist auch hier wiederum der Einfluss von gesprochener Sprache auf das Schreiben.

Sprachlich fallen allerdings bei den individuellen Selbstpräsentationen die unterschiedlichen Register ins Auge. Ganz eindeutig konzeptionell mündlich sind bei der Selbstbeschreibung die Einträge bei Online-Tagebüchern (s. Abb. 4):

<b>Il mio profilo</b>
<b>Sto leggendo:</b>
le mie giornate
<b>Ho visto:</b>
Risplendere il sole dopo la tempesta
<b>Il pensiero di oggi:</b>
che ansia
<b>Odio:</b>
L'odio è un sentimento che nn mi appartiene...insofferenze tante ...ma odio...quello vero no! (le mie gambe e la mia pelle)
<b>Adoro:</b>
Chatty, i miei affetti, la cioccolata, Le piante..LE MOTO Le tazzine da caffè' particolare..oggetti etnici,braccialetti sottili ma carini e nn neccesariamente preziosi anzi. ciondoli vari...le coccole ...i baci le cigliegie, gli uomini con le labbra carnose, i centauri--ROMA,FABIO VOLO,VALENTINO ROSSI...il mare al tramonto, la montagna e i suoi silenzi
<b>Abbigliamento:</b>
quello che mi sta meglio addosso in base anche all'umore,cmQ,preferibilmente in nero...ma ultimamente nn mi piaccio con nulla addosso sono ciccccionaaaaaaaaaaaa
<b>Vorrei che:</b>
Che qualche piccolo sogno si realizzasse...e che le persone a me care avessero meno problemi...UN PO' DI SERENITA!!!
<b>Mi piacerebbe che mi regalassero:</b>
Una Moto ;PPP Va beh, anche un altro cagnolino...una sorpresa dietro l'altra! Un portatile!una coccinella! UN GIRO IN MOTO CON VALENTINO ROSSI, UNA GIORNATA CON FABIO VOLO!!!! Le protezioni per i roller :P

Abb. 4: Implementierte Profilmasken von Bloggern mit individueller Eingabe (Blog [12])

Graphostilistika wie expressive Großschreibung, Smileys (:P) und Iteration von Buchstaben (*ciccccionaaaaaaaaaaaa*) sind eindeutig sprechsprachliche Elemente. Dazu kommen Wortkürzungen (*nn*: non; *cmQ*: comunque) und Orthographiefehler (Großschreibung nach Komma: *Le piante*). Bei Online-Journalisten (vgl. die Selbstpräsentation in Blog [6]) ist der Formalitätsgrad etwas höher und man verzichtet beim Abfassung identitätsbezogener Informationen ganz auf bestimmte Sprachausprägungen, was sich auch bei den Einträgen nachweisen lässt (s. 4.5).

Rein technisch gesehen wird jeder Eintrag, auch *Posting* genannt, mit der gewählten Layoutvorlage verknüpft und dank dem implementierten *Content Management System* automatisch editiert. Er erscheint – im Unterschied etwa zu einem Tagebuch – in umgekehrter Reihenfolge, d.h.: chronologisch gesehen steht der letzte Eintrag immer am Anfang der Seite, was für den Leser gleich mehrere Vorteile hat: »as readers, it gives a sense of immediacy with no effort on our part. We don't have to scan the page, looking for what's new or what's been changed. If content has been added since our last visit, it's easy to see as soon as the page loads. Additionally, the newest information at the top (coupled with its time stamps and sense of immediacy) sets the expectation of updates, an expectation reinforced by our return visits to see if there's something new«. <sup>21</sup> Die Zeitangabe wird dabei unterschiedlich gehandhabt. Viele Blogger bevorzugen, wie in einem Tagebuch, das Datum – rechts- oder linksbündig – am Anfang des Eintrages (z.B. Blog [1]: **sabato, 21 maggio 2005**). <sup>22</sup> Bei anderen wiederum ist die Funktion so implementiert, dass es am Ende bei gleichzeitiger Angabe der Uhrzeit erscheint (z.B. Blog [11]: *pensieroscomodo* di [elisabeth](#) il 30/05/2005 16:52). <sup>23</sup> Kommentar- und Trackback-Features sind weitere Funktionalitäten, die zum Contentbereich gehören und am Ende des Postings erscheinen können. Wichtig ist – sofern aktivierbar und eingeschaltet – die Kommentarfunktion. Sie ermöglicht neben der Individualisierung des Bloggens, ähnlich der E-Mail, einen asynchronen Dialog. Nicht selten kommt es zu einem Gedankenaustausch oder gar einer Diskussion, an der sich gleich mehrere Leser beteiligen. Über die Kommentar-Funktion kann – zusätzlich zu dem *Counter* (s.u.) – zudem die Resonanz der Zielgruppe(n) im Netz mit überaus simplen Mitteln festgestellt werden. Sprachlich

---

<sup>21</sup> Meg Hourihan: »What We're Doing When We Blog«. In: <http://www.oreillynet.com/pub/a/javascript/2002/06/13/megnut.html>

<sup>22</sup> Nur Blog [7] wählt für seine Einträge die amerikanische Variante Monat/Tag/Jahr, allerdings auf eine eigenwillige Art und Weise, da auch der ausgeschriebene Wochentag vorausgeht: venerdì, luglio 01, 2005.

<sup>23</sup> Im Vergleich zur Datumsangabe in der »Kopfzeile«, wo der Wochentag sowohl ausgeschrieben als auch numerisch festgehalten wird (*sabato, 21 maggio 2005*), begnügt man sich bei dieser Wahl mit Ziffern (il 30/05/2005).

erscheint die Aufforderung, einen Kommentar zu verfassen, recht konventionalisiert. Selten weicht man von Imperativformen wie *Commenta, scrivi un commento, aggiungi un commento* ab, und wenn, verweist der Link *Commento/i* (bei der Singular- und Pluralform liegt jeweils Kongruenz vor) auf den Bereich der Beitragsseite mit den aufgelisteten Kommentaren. Im Anschluss daran kann man dann der Aufforderung *Commeta tu* (z.B. Blog [8]) nachkommen und in ein Eingabe-Fenster, ähnlich einer E-Mail-Konfiguration, nach vorheriger Anmeldung seine Meinung abgeben.

Die Features *Permalink* und *Trackback* können den Rahmen des Postings vervollständigen. Im Korpus lassen sich nur bei einem Drittel aller Blogs über so genannte *Permalinks* die Beiträge eventuell im Netz lokalisieren. Unter einer beständigen URL (Uniform Resource Locator) stellen sie das Posting inklusive aller Kommentare zur Verfügung, damit es als Favorit gespeichert oder als Link auf einer andern Webseite eingefügt werden kann. Der englische Terminus wird dabei (klein- oder großgeschrieben) bevorzugt. Nur zweimal findet sich die italienische Variante *Indirizzo permanente del post* (Blog [1] und [25]). Originell ist sicherlich das unisegmentale Kurzwort *plink* (Blog [8]).<sup>24</sup> Von dem *Trackback*-System, sprich: der Möglichkeit, einen Verweis auf ein Posting zum gleichen Thema in einem anderen Blog zu hinterlassen und damit eine Verknüpfung herzustellen, macht gar nur ein Fünftel der Blogger Gebrauch. Die englische Schreibweise *Trackback*, groß- oder klein-, einmal sogar als *TrackBack* (Blog [13]) mit Binnenmajuskel zur Wortgrenzmarkierung geschrieben, ist Standard. Im Italienischen gibt es für diese Funktion keine entsprechende sprachliche Alternative.<sup>25</sup>

Der Länge der Postings sind keine Grenzen gesetzt. Da jedoch das Weblog aus einer einzigen Seite besteht, die nur eine begrenzte Anzahl von Einträgen fassen kann (was darüber hinaus geht landet im Archiv), werden entweder kürzere Postings

---

<sup>24</sup> Terminologie nach Kobler-Trill (1994).

<sup>25</sup> In der überregionalen Turiner Tageszeitung *La Stampa* (12. März 2005) findet sich allerdings die entlehnte (hier: reflexive) Verbform *track-backarsi*.

bevorzugt, oder bei längeren der Text an einer bestimmten Stelle unterbrochen, also praktisch in zwei Teile geteilt. Mit Hilfe der Verweisfunktion *continua* (auch in den Varianten *continua...* (Blog [8]), *continua a leggere* plus Titel des Postings; Blog [12]) oder *Continua a leggere l'articolo...* (Blog [10])), oder einfach eines (in diesem Falle roten) Pfeils → (Blog [9]) am Ende des 1. Teils, wird dann – ein Klick darauf genügt – auf die Verbindung zum abgespeicherten Rest verlinkt. Sprachlich variabel wird der Eintrag je nach Lust und Laune *inviato* (Blog [4], [21]), *postato* (Blog [7], [12], [27], [28]), *scritto* (Blog [8], [20], [22], [29]), *pubblicato* (Blog [14], [26]), *pensato e trascritto* (Blog [19]), *composto* (Blog [24]) oder nur mit Namen (Blog [6], [11], [17], [23], [30]) oder Pseudonym (Blog [3]) gekennzeichnet. Nur Blog [9] rekurriert auf den Anglizismus *posted by* und Blog [16] wählt die Variante *diversamente + ha detto alle* [es folgt die Zeitangabe]. Für die Analyse des medialen Stils von Blogs gilt es festzuhalten, dass Postings multimodal sind. Viele Blogger verlinken (s.u.) oder bebildern die Nachricht und bieten damit auch einen anschaulichen Aspekt ihrer Information. Ob man über den neuesten Trend (Blog [3]) oder über Kulinarisches (Blog [18]) bloggt, ein Buch, Film, Theaterschauspiel o.ä. rezensiert (Blogs [8], [21], [26]) oder die Tagespolitik (Blog [30]) kommentiert: Der Bildbezug ist in diesen Fällen komplementär zum Inhalt. In Blog [12] hat es dagegen eher verzierende Funktion. Die anderen weisen einen vorwiegend textlastigen Contentbereich auf.

Der Inhaltsbereich kann weitere hypertextuelle Merkmale aufweisen. Die Grundidee eines Hypertextes besteht darin, dass »gedankliche Einheiten und ihre assoziativen Verknüpfungen zu diskreten, manipulierbaren Bildschirmobjekten korrespondieren. Durch Erzeugung und Veränderung derartiger Objekte kann Wissen in einer nichtlinearen Organisationsform dargestellt (nonlinear writing) und erworben (nonlinear reading) werden« (Hannemann/Thüring 1993: 140). Mit Hilfe von Links kann z.B. innerhalb eines Postings auf interne (z.B. einen früheren Eintrag) wie externe (z.B. die Ursprungsquelle einer Nachricht) verwiesen werden, sofern

die Bezugsquelle – wie in Blog [6] – nicht direkt in das Posting mit abgedruckt wird. Linkintensiv sind z.B. die Beiträge von *Fringe* (Blog [8]), der seine kinematographischen Eindrücke mit Verweisen auf Darsteller, Bücher, Filmposter, Trailer etc. multimedial aufzupeppen versteht. Ob die Erarbeitung der Information dann sequentiell oder nicht-linear erfolgt, hängt im Wesentlichen von der Disposition der Leser ab. Während professionelle Blogger in Form von redaktionellen Beiträgen verlinken, verzichten Online-Tagebücher (Blogs, [11], [12], [14], [15], [16], [19], [22], [24], [27]) ganz auf Links. **Hier ist man ganz auf sich selbst konzentriert, mit sich selbst beschäftigt, kehrt der (nicht nur realen, sondern auch virtuellen) Welt den Rücken.**

Ein Blick über den Contentbereich hinaus auf die Sidebars macht mit einem weiten Spektrum von hypertextuellen Features vertraut. Bei der Erstellung seiner Site ist es auch Aufgabe des Bloggers, dem System mitzuteilen, was angezeigt werden soll und wie man es benennen möchte. Archiv, Kalendar, Inhaltskategorien, Suchfunktion, RSS-Feed etc. können meist kostenlos oder gegen ein geringes Entgelt erstellt werden. Das *archivio* (Alternativen: *Gli archivi del weblog*, *blog archivio* etc.) fehlt nur in zwei [5, 14] der untersuchten Blogs. In Blog [16] läuft es unter der Bezeichnung SEXY PAST und auch Blog [19] greift mit *MyPast...* auf englisches Sprachgut zurück. Blog [13] bietet sowohl ein themenspezifisches (*archivi per temi*) wie monatlich angelegtes Archiv (*archivio mensile*) an. Auch über einen *calendario* kann auf frühere Beiträge zugegriffen werden. Bei einigen Kalendern (z.B. Blog [12]) sind neben der Angabe des Tages sogar die Postings des laufenden Monats verlinkt (die Ziffern sind dann entweder unterstrichen oder heben sich farblich vom Hintergrund ab). Untergebracht sind in der Sidebar auch so genannte Blogrolls: Ob *Altri Bloggers*, *Blogs*, oder *Blog che leggo*.<sup>26</sup> Alle verlinken zu favorisierten Blogs, die man einheitlich und in (meist) alphabetischer Reihenfolge auch nach nationalen (*blog Italia* in Blog

---

<sup>26</sup> Morphologisch richtig müsste die Pluralform von *Blog* eigentlich *Blogs* heißen.

[17]; *Blogroll (italian)* in Blog [9]) oder internationalen (*best voices*; Blog [17]; *Blogroll (english)* Blog [9]) trennen kann. Thematisch ähnliche listet man unter *vicini di Blog* (vicino: dt.: Nachbar) oder SEXY ONES auf. *Blog amici* vernetzt befreundete Blogger. Natürlich möchte man auch selbst verlinkt werden, und fordert Besucher dementsprechend mit *Linkami* (Verlinke zu mir) oder *Link Me!* (Blog [16])<sup>27</sup> dazu auf. Man braucht nur auf einen weißen Knopf auf orangefarbenem quadratischen Hintergrund zu klicken. Mit Hilfe der Rubrikbezeichnung *categorie* lassen sich Postings dann noch themenspezifisch ablegen. Sofern eine Katalogisierung erfolgt, ist man – außer Blog [9] und [12], die ihre Postings in *Topics* und *Sezioni* speichern – sprachlich nicht sehr kreativ. Da sieht es bei anderen Rubrikbezeichnungen und Subelementen schon anders aus. Jeder weiß z.B., was man trotz der ungewöhnlichen Schreibweise unter *Newss* (Blog 12) zu erwarten hat. Bei *Hot or Not* (Blog [18]) ist der kulinarische Kontextbezug hilfreich, bei *Filmagenda* (Blog [8]) der kinematographische und *Infernet* (Kontraktion aus it. *inferno* [Hölle] und *Internet*) ist ein Link des Auslandskorrespondenten der RAI, der aus Krisengebieten wie Afghanistan und Irak berichtet. *Costantinopoli* (Blog [29]) hat dagegen nichts mit dem ehemaligen osmanischen Reich und dem heutigen Istanbul zu tun, sondern kreist um den Playboy Costantino, der dank einer Fernsehsendung von heute auf morgen im Rampenlicht der Öffentlichkeit stand. *Kikatzè* aus dem gleichen Blog ist ein Spiel, das Promis auf den Arm nimmt. Es ist die phonetische Schreibweise des (ordinären) Ausdrucks *Chi cazzo è?* (abgeschwächt wohl am besten mit *Wer zum Teufel ist das?* übersetzbar). In Weblogs signalisieren weiterhin (meist) orangefarbene Logos mit der Aufschrift XML (*Extensible Mark-up Language*) oder RSS (*Rich Site Summery* oder *Really Simple Syndication*) ein standardisiertes Dateiformat zur Weitergabe von Inhalten. Es erlaubt, schnell und aktuell über wichtige Meldungen von anderen Websites auf dem Laufenden zu sein, ohne jeweils die Sites einzeln aufzurufen. Des weiteren kann

---

<sup>27</sup> Über das Logo mit weißem Knopf auf orangefarbenem Hintergrund schreibt der Blogger, wohl aus Unkenntnis: *Remember of me! Statt Remember me!*

man mit einer internen, die manchmal auch mit einer externen Suchfunktion (*cerca* oder *trova*) gekoppelt ist,<sup>28</sup> auf einzelne Artikel zugreifen und mit einem *Counter*, für den es in italienischen Blogs neben dem Anglizismus verschiedene Alternativen gibt (z.B. *arrivi* Blog [7]; *P.[agine] viste tot* und *P. viste oggi* Blog [8]; *accessi al sito* Blog [14]; *sono passati di qui in* [hier sind vorbeigekommen] Blog [27]), lässt sich ermitteln, wie viele Besucher sich auf dem Blog schon eingelinkt haben. Umfragen (*Sondaggio*) werden nicht von allen Blog-Dienstleistern angeboten und dementsprechend fällt die Trefferquote (3) hier sehr niedrig aus.

### 4.4 Sprachliche Aspekte und Merkmale

»La parola *blog* nasce dall'unione e contrazione di *Web* e *log*, dove *log* è il termine inglese che identifica i registri in cui sono annotati gli eventi. La traduzione utilizzata più di frequente è diario di bordo, una definizione coerente con la metafora della navigazione utilizzata a proposito di Internet e fedele alla predominanza dell'elemento temporale in questo genere di pubblicazioni« (Maistrello 2004:1). Auffallend ist die Tatsache, dass der Autor nicht *Weblog* als Ausgangsbasis für seine Definition benutzt, sondern dessen Kurzform. Der mögliche Grund: Im Italienischen hat sich das Kontraktwort *blog* gegenüber *Weblog* durchgesetzt. Nicht nur ein Blick in die Portale der großen Tageszeitungen bestätigt dies. Webjournale interner Journalisten werden durchweg unter der Rubrik *Blog/blog* geführt. Auch die großen Weblog-Portale werben mit Parolen wie *Crea il tuo blog* (Bloggers.it, iobloggo.com, Aruba, Mr.Webmaster),<sup>29</sup> *Fate il vostro blog* (Excite Blog) oder *apri il tuo blog* (il Cannocchiale). Nur Splinder weicht davon ab und verwendet den Slogan *Il tuo pensiero è a un passo da essere online, in solo 5 minuti!* (Deine Gedanken stehen kurz davor, online zu sein, in nur 5 Minuten!). Erst spät stieß das Blog-Phänomen auf die Aufmerksamkeit

<sup>28</sup> Blog [15] bietet gleich drei Suchmöglichkeiten (*trova*) an: *in questo blog*, *in tutti i blog*, *in Excite*.

<sup>29</sup> **Aruba** wirbt mit der expressiven Variante *CREA il tuo BLOG*. Auch die Schreibung des Medium differiert. **Mr.Webmaster** bevorzugt die Großschreibung: *crea il tuo Blog*.



traditioneller Printmedien. Die *Blog Generation* (Granieri 2005) stand plötzlich im Zentrum der Offline-Medien und des öffentlichen Bewusstseins: *Da Dante ai blogger tutti gli scrittori in diciotto volumi* (Von Dante bis zu den Bloggern alle Schriftsteller in 18 Bänden) versprach Italiens größte überregionale Tageszeitung *Il Corriere della Sera* (Ausgabe vom 18. August 2005) ihren Lesern, um sie zum Kauf ihrer neuen Enzyklopädie zu überreden. Damit schlug sie die Brücke zwischen Vergangenheit und Gegenwart. Besser konnte man den Zeitgeist nicht treffen: diametral entgegengesetzter lassen sich Schreibkulturen kaum fassen. *Di tutto un Blog* (Aus allem ein Blog) hieß es am 12. März 2005 auf der Titeltseite von *ttL* (*tuttoLibritempolibero*), einer renommierten Kulturbeilage, *La rivoluzione dei Blog* verkündete die Zeitschrift *Ideazione* und widmete dem Phänomen im Herbst 2005 eine Nummer und das katholische Blatt *L'Avvenire* stellte gar das Ultimatum: *Blog or Perish*. In kürzester Zeit setzten sich in der Szene neue Wortformen durch: »echte« Komposita<sup>30</sup> wie *blograduno*, *blogrodeo*, *blogbuster*, *blogparty*, Ableitungen wie *bloggare*, *blogger*, *blogging*, *blogosfera*, Wortspiele, die in lautlicher Anlehnung entstanden, wie z.B. *Blog Notes* (frz.: *bloc-notes*: Notizblock), *Blog Trotter* (engl. *globetrotter*), *Blog out* (engl. *black out*), *Blog Box* (engl. *black box*), *blogghetto* (ital. *blocchetto*: kleiner [Schreib]Block), *bloggati* (ital. *bloccati*: blockiert), *Blogico* (von *logico*), *Blogorroico* (von *logorroico*: geschwätzig), *Blogorraea* (von *logorraea*: Geschwätzigkeit), *bloghdad*<sup>31</sup> und Entlehnungen wie *post*, *postare* (se riesco posto un'altra cosa dopo! [wenn ichs schaffe, poste ich nachher noch was anderes!]; *Blog* [19]) oder *linkare* (*linkami*, *Blog* [28]). Wenn es aber darum geht zu klären, was man sich unter einem *blog* vorzustellen hat, sind Differenzierungen

<sup>30</sup> In der Terminologie von Serianni (1997: 514) *composti veri e propri*. »Echte« Komposita »sono parole formate dall'unione di due elementi distinti che vengono a costituire un tutto unico«. Kompositionsformen wie *unità lessicali superiori* sind dagegen »parole staccate sul piano formale, ma strettamente legate sul piano semantico« (z.B. *conferenza stampa*: dt. Pressekonferenz). Weiterhin unterscheidet Serianni noch zwischen *conglomerati*, bei denen »più parole vengono saldate insieme in modo da formare un tutto uno« (z.B. *saliscendi* statt *sali e scendi*: dt. auf und ab) und *parole macedonia*, d.h. »parole formate da pezzi di parole fuse le une nelle altre (z.B. *cantautore* von *cantare* und *autore*: dt.: Liedermacher)

<sup>31</sup> [www.bloghdad.splinder.com](http://www.bloghdad.splinder.com) war das Online-Journal des italienischen free-lance Enzo Baldoni, der im Irak entführt und ermordet wurde.

notwendig. Die gängige Definition »un giornale personale online« scheint dabei gegenüber der Bezeichnung »diario virtuale« oder »diario online« den Kürzeren zu ziehen. Das könnte damit zusammenhängen, dass der Anglizismus *log* im Italienischen meist mit »diario di bordo« (dt. Log- oder Bordbuch) übersetzt und damit der Akzent auf die tagebuchähnlichen Eintragungen persönlicher Erlebnisse und Gedanken gesetzt wird. *Il vecchio diario è finito in rete. Nei blog un nuovo linguaggio* (Das alte Tagebuch ist im Netz gelandet. Eine neue Sprache in den Blogs) verkündete am 20. Januar 2004 der *Corriere della Sera* seinen Lesern. Der Titel steht exemplarisch für ein Sprachbewusstsein und die Erkenntnis, dass sich in Italien in der computervermittelten Kommunikation – neben simsens, mailen und chatten – eine weitere mündlich geprägte Form des Schreibens herausbildet.

Es stellte sich daher bei der Auswertung der Belegtexte neben der Analyse (hyper)textueller Merkmale auch die Frage, welche interessanten Aufschlüsse man über Sprachgebrauchsstrukturen der Blogger bei der Verarbeitung von Informationen, Nachrichten etc. (im Online-Journalismus) und persönlichen Erfahrungen (in Online-Tagebüchern) erlangen kann. Als Richtschnur empfahl es sich, auf das Modell *mediale vs. konzeptionelle Mündlichkeit/Schriftlichkeit* von Koch/Oesterreicher zurückzugreifen. Die dort präsentierten Forschungsergebnisse bieten einen methodisch-theoretischen Rahmen, um die gerade in den neuen medialen Kommunikationsformen (u.a. SMS, E-Mail, Chat und natürlich Blog) realisierten sprachlichen Muster zu erörtern. Ludwig Söll (1974) hat das Modell in seiner Untersuchung zum gesprochenen und geschriebenen Französisch in die Diskussion eingeführt. Von Peter Koch und Wulf Oesterreicher wurde es zuerst einer differenzierteren Betrachtung unterzogen (1985, 1994), anschließend an einem praktischen Beispiel, nämlich der gesprochenen Sprache in der Romania (Französisch, Italienisch, Spanisch) (1990), verifiziert. In den Blick genommen wurden unterschiedliche Aspekte sprachlicher Variation. Die dabei erarbeiteten, nur scheinbar ambivalenten Kom-

binationen *medial graphisch/konzeptionell mündlich* und *medial phonisch/konzeptionell schriftlich* erlauben es, die Vielfalt und Komplexität gesprochener und geschriebener Sprache und die daran angepassten Formen ihrer medialen Realisierung recht differenziert darzustellen. Die zwei grundlegenden Erscheinungsformen von Sprache werden auf der Grundlage bestimmter Faktoren von Kommunikationssituationen wie folgt beschrieben: »Sie lassen sich fassen mit Parametern wie raum-zeitliche Nähe oder Distanz der Kommunikationspartner, Emotionalität, Situations- und Handlungseinbindung, Verhältnis des Referenzbezugs zur Sprecherorigo (...), kommunikative Kooperation, Dialog/Monolog, Spontaneität, Themenfixierung usw.« (Koch/Oesterreicher 1994: 488). Wendet man die Terminologie auf die als *bloggare* bezeichnete Kommunikationsform an, lässt sich vorweg Folgendes festhalten: Einerseits ist Bloggen textbasiert, wird also medial schriftlich realisiert. Andererseits ist es von seiner Konzeption her (meist) dem Duktus der Mündlichkeit verpflichtet. Letzteres darf man allerdings nicht ohne weiteres verallgemeinern, da textsortenspezifisch differenziert werden muss. In Blogs lassen sich auch Übergänge zwischen konzeptioneller Mündlichkeit und Schriftlichkeit nachweisen. An Textbeispiel 1 soll – im Vergleich zu Textbeispiel 2 – die übergreifende, nach Textsorten variierende Tendenz konzeptioneller Mündlichkeit in Blogs kurz dargelegt werden.

**Textbeispiel 1:** Il bambino ›dilatato‹

L'espansione senza freno del bambino dilatato fa sì che le sue pulsioni istintuali si esteriorizzino con grande vigore. Il più sviluppato di questi istinti libidici è l'oralità, da cui questo bambino è governato. Da ciò deriva un essere fortemente goloso, desideroso senza limiti di giocattoli, che sono oggetto del suo divoramento, bramoso di tante coccole e carezze, che non servono ad un'effettiva crescita ma a rinforzare la crisi di collera quando il relativo appagamento è sottratto. Questo modo del agire del bambino dilatato non è semplicemente un modo di comportarsi, ma una nevrosi infantile e va curata in primis dai genitori e poi dall'ambiente.

aus: Blog [5]

### **Textbeispiel 2:** LINKARE IL DISSENSO, PLEASE

Vittorio Zambardino dedica un post discretamente risentito al commento di Gaspar Torriero ad un suo articolo apparso qualche giorno fa su Repubblica.it. Il commento di Gaspar come spesso accade era stato ampiamente ripreso nella blogosfera italiana. Aveva qualche difetto quel commento? Nessuno per conto mio, tranne forse quello di essere espresso in una maniera molto diretta che fuori da internet viene spesso scambiata per aggressività o supponenza.

aus: Blog [6]

Vergleicht man die beiden Textauszüge, so lässt sich etwa in Beispiel 1 die Form indirekter und geplanter Kommunikation an Merkmalen wie Sorgfalt im Ausdruck, der Wahl neutraler, sachlicher Formulierungen, logischer, kohärenter Darstellung, linearer Thema-Rhema-Progression und exakter Beschreibung des behandelten Gegenstandes erkennen. Parameter, die den Text als wissenschaftlichen markieren, für die Produktion einer solchen Textsorte einfach notwendig sind und den Grad an Distanz der Kommunikationssituation bestimmen. Beispiel 2 dagegen ist der informierenden und meinungsbetonten journalistischen Darstellungsform verpflichtet. Die Sprachgebrauchsstrukturen orientieren sich an der Mündlichkeit. Das informierende, subjektiv gefärbte Posting wählt eine expressive Überschrift als *Eyecatcher*, stellt den Kern der Nachricht an den Anfang und Elemente, die dazu anreizen, eine Information aufnehmen zu wollen, werden verlinkt. Prägnanz im Ausdruck, Verständlichkeit der Aussage und Erfassung des Wesentlichen lenken die Aufmerksamkeit des Lesers auf die Information.

In Bezug auf die Orthographie werden bei professionellen und den meisten semi-professionellen Postings strengere Maßstäbe angesetzt als bei den Tagebucheinträgen. Bis auf wenige Ausnahmen überwiegt die Standardschreibung. Orthographiefehler finden sich bis auf eine Ausnahme (s.u.) fast ausschließlich in den Online-Tagebüchern. Neben eindeutigen Rechtschreibfehlern (*digiale* → digitale; *semiapaerti* → semiaperti; *vi ringrzio* → vi ringrazio; *oggi no è proprio aria* → oggi

non è proprio aria; *in poche perole* → in poche parole; *deciosi* → decisioni) kommen verstärkt Buchstabenverdreher (*verammnete* → veramente; *pausa prnazo* → pausa pranzo; *faccoi* → faccio), Tipp- (*CIao a tuttiiiii!!!*) und extrem viele Spatien- und Satzzeichenfehler vor. Dies ist insofern erstaunlich, weil das Bloggen – im Vergleich etwa zu einer SMS – keine Zeichenbegrenzung hat und man auch nicht – im Vergleich etwa zum Chat – unter Zeitdruck steht. Die zeitliche Distanz, die zwischen dem Schreiben und dem Versenden eines Postings besteht, ermöglicht in jedem Falle eine Überarbeitung. Erstaunlicherweise kommen sogar bei einem professionellen Journalisten wie Leonardo Coen von der römischen Tageszeitung *La Repubblica* in den untersuchten Postings (Blog [1]) gleich 4 Orthographiefehler (*FRasi* → Frasi; *pachina* → panchina; *isrfaeliane* → israeliane; *quotidiane* → quotidiano) vor. Graphisch kurios und visuell reizvoll ist die phonetische Schreibung fremder Lexeme wie *niuss* (news), *iu-es-of-ei* (United States of America) oder *IUAR DE CEMPION, ai em a misS italia* (You are the champion, I am a Miss Italia), die von den Festlegungen in der Laut-Graphem-Zuordnung der englischen Sprache abweicht. Ansonsten kommen italienische Blogger in ihren Postings ohne den englischen Touch aus. An der sprachlichen Identität wird also nicht gerüttelt, denn rein quantitativ fallen Anglizismen bei der Auswertung nicht ins Gewicht. Ist mal von *trendy*, *single*, *open source*, *sequel*, *bluetooth* oder *book crossing* die Rede, wird dies Sprachschützer wohl kaum auf den Plan rufen.

Bloggen weist weitere schriftliche Charakteristika auf, die als Ökonomisierungsphänomene klassifizierbar sind. Das reicht vom Tilgen der Flexionsmorpheme (*Son tornata* → Sono tornata; *son diventata* → sono diventata; *far* → fare), Wortkürzungen (*gomito a gomito con tutta la massa di gente ke [che] c'è in qst [queste] serate....con il caldo ke ti soffoca!!; sto [questo] bicchiere; 'sti [questi]*) über Klitisierungen (*t'ho cancellato*) bis zu Kontraktionen (*cmq* → comunque; *nn stavolta* → non questa volta) und elliptischen Routineformeln (*Notte a tutti!* → Buona notte a tutti). Diese




sprachstilistisch produktive Aktivität, die man aus SMS und Chatsequenzen kennt (vgl. Moraldo 2004a), deutet auf den sprachlichen Duktus hin, der in der gegenläufigen Kombination medial schriftlich/konzeptionell mündlich fassbar ist und den bedeutsamen Anteil informeller Alltagskommunikation in Blogs belegt.

Das Auffällige an der italienischen Blog-Kommunikation ist also sicherlich ihre konzeptionelle Mündlichkeit. Die typischen Merkmale der mündlichen Kommunikation lassen sich aber weniger im syntaktischen als im lexikalischen, grammatischen und graphostilistischen Bereich nachweisen. Dass Para- und Hypotaxe sprachliche Nähe und Distanz suggerieren, lässt sich im Italienischen grundsätzlich so nicht halten, wie Forschungen gezeigt haben: »Un dato fenomeno linguistico non è correlabile, tout court, allo scritto o al parlato, e, soprattutto, non è identificabile in base ad una sola funzione: la stessa contrapposizione ad esempio tra frasi coordinate (tradizionalmente attribuite all'orale) e frasi subordinate (considerate un tratto tipico dello scritto) [...] non corrisponde ai dati risultanti da testi specifici« (Bazzanella 1994: 33). Zwei syntaktische Erscheinungen, an denen sich die Besonderheit des konzeptionell mündlichen Schriftstils nachweisen lässt, müssen aber in diesem Zusammenhang erwähnt werden: die Rhema-Thema-Abfolge und die Ellipse. Die markierte syntaktische Rhematisierung, die insbesondere bei den gefühlsbetonten Tagebuchaufzeichnungen auftauchen (*mi ha scosso molto questa telefonata; e domani quante cose abbiamo da dirci...quante novità che non sa di me e quante io di lei?*; *In ribasso la moda apparentemente immortale degli short primordiali di Silvana Ma[n]gano*), »ist Ausdruck hoher emotionaler Beteiligung«, denn »aus der Sicht des Produzenten drängt sich das Mitteilungsziel in der Formulierung nach vorn« (Koch/Oestreicher 1990: 93). Die Verwendung fragmentarischer Satzstrukturen (*Ignobili insulti antirazzisti; Quattro, per la precisione; altro che ristoranti pieni e telefonini al quadrato; in auto a zonzo per ore; Lippi evasivo sulla non convocazione del capitano della Roma*) ist eine weitere auffällige syntaktische Erscheinung in den Postings: Satznomina-

tive (*Buone intenzioni*), Einwortsätze (*Basta!*; *Premesse, Promesse*), Interjektionen mit nachfolgendem Satznomativ (*Insomma, la solita storia*) sind u.a. solch realisierte elliptische Strukturen, die vorrangig der gesprochenen Sprache zuzuordnen sind. Der Sprachkontext garantiert aber in allen Fällen kommunikative Vollständigkeit. Neben Rhematisierung und Ellipse kommt – allerdings relativ selten – die markierte Ausspruchsakzentuierung der Linksversetzung vor (*Allora, la vogliamo chiudere Alitalia o no?*, Blog [17]; *Al pomodoro il record di ortaggio più amato dagli italiani non glielo toglie nessuno*, Blog [18]).

Weitere Formen, die auf einer konzeptionell mündlichen Kommunikationssituation beruhen, sind zum einen umgangssprachliche Formulierungen (*siamo messi maluccio; se l'è cavata; un caldo cane; cazzeggio; che ad essere buone nn contra una mazza; mi piace un sacco; c'è qualcuno che butta la mia amicizia nel cesso?????; Mi fai schifo per quello che hai fatto*), die manchmal recht derb sind (*merda; cazzate, non sto nemmeno a raccontarle*), lexikalisch modifiziert aber abgeschwächt werden können, wie in folgendem Beispiel: *Fanc...uore* (Blog [12]). Gemeint ist eigentlich *Fanculo* [leck mich], seinerseits eine Assimilierung von *Va fan culo*. Das Repertoire für die Umsetzung typischer Merkmale der mündlichen Kommunikation umfasst zum anderen auch Gesprächspartikeln (*ma vattene, va'!*; *ma sì siamo un po' misogini; Be', bob, comunque, però, cioè, Ah sì!*, epperò) und dialektale Einflüsse (*Vabbe'* [Okay]; *chi mi piglia pe' francese, chi mi piglia pe' spagnola* [einige halten mich für eine Französin, andere für eine Spanierin]; *Tè ne devi annà, mo' chiamo l'immigrazione e vedi!* [Verschwinde, sonst rufe ich die Einwanderungsbehörde und wirst schon sehen]; *Mò li zzzingari ce vengono a rubbà pure li cappuccini...* [Jetzt stehlen uns die Zigeuner schon den Cappuccino]; *Mamma mia quant stò bbrutt* [Oh mein Gott bin ich hässlich]; *Nun aggio idea!!!!* [Hab keine Ahnung]; *MAIAL EC CALD CA FA'!!!!* [Was für eine Bullenhitze]). Zweifellos gehören diese Sprachgebrauchsstrukturen zu den auffälligsten Eigenschaften eines nächstsprachlichen Kommunikationsstils.

Die sprachliche Analyse belegt weiterhin den bedeutsamen Anteil von Graphostilistika. Knapp 50% aller Blogs weisen graphische Phänomene auf, die in der computer-/mobil vermittelten Kommunikation die Wichtigkeit der Schrift als funktionale Realisierungsform der Sprache unterstreichen. Allerdings beschränkt sich der Gebrauch graphischer Stilelemente auf die Tagebuch-Blogger. Professionelle und semi-professionelle Blogger mit journalistischen Ambitionen machen davon keinen Gebrauch. Hier macht sich der Einfluss der traditionellen Printmedien bemerkbar. Sachlich wird das Besondere der Nachricht/Information etc. herausgestellt. Persönliche Kommentare werden nicht metasprachlich realisiert. Im Gegensatz dazu die *blogger diaristi*: Zur Kompensation metasprachlicher Informationen wie Stimmungen, Gefühle, Tonfall, Gestik, Mimik usw. werden graphostilistische Marker wie Emoticons, Mehrfach-Iterierung einzelner Vokale (*aiutoooooooooooooooooo!*; *Clao a tuttttttt!!!*) oder Satzzeichen (*mi costringerà a non parlare più con nessuno????; E' tornato Kirillov!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!*), expressive Großschreibung (*CAZZO STO DIVENTANDO ANAGRAFICAMENTE VECCHIO !!!; Siamo a metà estate, il caldo è impressionante, ed io... IO STUDIOOOOOO!!!!*) usw. eingesetzt. Die Differenzierung mediatisierter Schriftsprache gegenüber der Norm versteht sich somit als funktionaler Schreibprozess. Es sind in erster Linie (aus dem Chat bekannte) Simleys, die fehlende non-verbale Signale in Postings kompensieren und dank implementierter Programme nicht mehr nur graphisch realisiert ( ; (-;) # O.O # .\_.« # \* \_\_\_\* e solo =\_=# ^\_\_^ # =\_=# :Q\_#, sondern direkt als Ikonen eingesetzt werden können, wie in folgenden Fällen:

 #  # :p # (Blog [14])  #  #  #  # (Blog [19])  #  # (Blog [24])

Weiterhin zählen zu den graphostilistischen Erscheinungen: **1)** Ziffern für Wörter mit identischer Lautgestalt: (*JOTARO 6 così strano anche nella vita... concreta?* [Homophonie des Hilfsverbs *essere* in der 2. Pers. Sing. [tu] *sei* mit der Zahl 6 [sei]; **2)**



Onomatopoeica: slurp!!! (schlürf; hier auch durch die Farbe abgesetzt), *bipppp* (Simulation eines O-Tons, der im Fernsehen eingesetzt wird, um z.B. in Talks Shows obszöne Schimpfwörter zu übertönen), *BHAAAAA!!!!* [Ausruf der Verachtung], *SOB* [drückt Traurigkeit aus]; *bub..* [Ausruf des Missfallens], *Ops* [Hoppla], *Bob* [keine Ahnung] und **3**) lautnahe Graphie: *Ke stankezza; mi mankerà il Blog(ke controllo tutti i giorni n maniera maniacale); Ki è costui????ki?????;* *Non so da ki devo difendermi; non so più ki ho di fronte; nn ke dal vivo sia meglio è?!?!?*<sup>32</sup>

### 4.5 Fazit und Perspektiven

Die Informations- und Kommunikationstechnologie hat zur Herausbildung und Ausdifferenzierung neuer Diskurstraditionen wie SMS, E-Mail, Chat und Blog und zur Marginalisierung althergebrachter Traditionen geführt. Sprachlich gesehen stellt computervermittelte Kommunikation ein innovationsfreudiges Feld dar. Die neuen textbasierten Medien vermitteln Einsichten in Gebrauchsstrukturen der Sprache, die in italienischen Grammatiken (noch) nicht berücksichtigt werden. Ein Zeichen dafür, dass ihnen der Kontakt und Zugang zur Sprachwirklichkeit und ihrer kommunikativen Notwendigkeiten fehlt. So ist das Auffälligste beim Bloggen seine weitgehend konzeptionelle Mündlichkeit. Fragmentarische Satzstrukturen, umgangssprachlicher Stil, expressive, phonostilistische Ausdrucksweisen sind u.a. typische Merkmale mündlicher Sprache, die von Bloggern schriftlich realisiert werden. Nichts spricht derzeit dafür, dass die Welle der Begeisterung über das neue Medium in Italien abklingen könnte. Sollte das Phänomen seinen Siegeszug fortsetzen, so ist sicherlich damit zu rechnen, dass es bald auch verlässlichere Daten über die Größe der Blogosphäre und die wahre Anzahl aktiver Blogs sowie eine repräsentative soziodemographische Statistik geben wird. **Sind Weblogs in Italien »un magma**

---

<sup>32</sup> Der Eingriff in kodifizierte Phonem-Buchstaben-Zuordnungen kommt im Italienischen insbesondere bei der Realisierung des Konsonanten *k* vor: er steht sowohl für die lautliche Realisierung des Diphthongs *cb* als auch für die Buchstabenkombination *c* plus Vokal *a*, *o* oder *u*.

di oziose chiacchiere o strumenti di servizio e informazione? (ein Magma überflüssigen Geschwätzes oder Dienstleistungs- und Informationsmittel?). Sind sie »il trionfo della democrazia o un pretesto per creare un'élite autoreferenziale e narcisista?« (der Triumph der Demokratie oder nur ein Vorwand, um eine selbstreferentielle und narzisstische Elite zu schaffen?).<sup>33</sup> Wird es wirklich zu dem prophezeiten Qualitätssprung (vgl. oben 4.2) von der »fuffa« zur »alta professionalità« kommen? Eine Gretchenfrage nach der anderen, die in den kommenden Monaten oder Jahren die Experten beschäftigen wird. Eine Vorhersage erscheint z. Zt. recht schwierig. Auch ob Firmen mit so genannten *corporate blogs* die Chance zum multimedialen Dialog mit den Zielgruppen nutzen, ist momentan noch nicht abzusehen. Es geht hier allerdings auch weniger um abschließende Antworten als um ein weiteres Verständnis für die Dimension und Komplexität medienkulturellen Wandels. Denn die Karten in der Informations- und Kommunikationstechnologie werden ständig neu gemischt. Neben SMS, E-Mail und Chat bringt uns nun auch das Weblog einen Schritt weiter in der Kultur der Connectivity, des allzeit Verbundenseins und der permanenten Kommunikationsbereitschaft.

### Literatur/Internetadressen

- Alphonso, Don & Kai Pahl (Hgg., 2004): Blogs! Text und Form im Internet. Berlin.  
Bazzanella, Carla (1994): Le facce del parlare. Un approccio pragmatico all'italiano parlato, Scandicci (Firenze).  
Calvo, Marco, Gino Roncaglia, Fabio Ciotti & Marco A. Zela (2003): »Weblog«, in: dies. Internet 2004, Roma-Bari, S. 269-296.  
Cortelazzo, Michele A. (2000): Italiano d'oggi. Padova.  
D'Achille, Paolo (2003): L'italiano contemporaneo, Bologna.  
Di Rocco, Eloisa (2003): Mondo blog. Storie vere di gente in rete, Milano.  
Dovigi, Maurizio (2003): Blog. Il tuo pensiero online con un clic, Milano.  
Granieri, Giuseppe (2005): Blog generation. Roma-Bari.  
Hannemann, Jörg & Manfred Thüning (1993): »Schreiben als Designproblem. Kognitive Grundlagen einer Hypertext-Autorenumgebung«. In: Kognitionswissenschaft 3, S. 139-160.  
Kobler-Trill, Dorothea (1994): Das Kurzwort im Deutschen. Eine Untersuchung zu Definition, Typologie und Entwicklung. Tübingen.  
Koch, Peter & Wulf Oesterreicher (1985): »Sprache der Nähe – Sprache der Distanz. Münd-

---

<sup>33</sup> Francesca Reboli: Stupido Blog, in: <http://blogoltre.it/blog/archives/000086.html>.

- lichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte«. In: *Romanistisches Jahrbuch* 36: S. 15-43.
- Koch, Peter & Wulf Oesterreicher (1990): *Gesprochene Sprache in der Romania: Französisch, Italienisch, Spanisch*. Tübingen.
- Koch, Peter & Wulf Oesterreicher (1994): Funktionale Aspekte der Schriftkultur. In: *Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft*. Hrsg. v. Hugo Steger & Herbert Ernst Wiegand. Berlin/New York. S. 587-604.
- Lipperini, Loredana (Hg., 2004): *La notte dei blogger*. Torino.
- Maistrello, Sergio (2004): *Come si fa un blog*. Milano.
- Marzi, Alessandro & Fabrizio Ulisse (Hgg., 2003): *Blogout.13 diari in rete*. Roma.
- Moraldo, Sandro M. [2003] (forthcoming 2005): »guguck weg bin \*winke\* und hdl u. gN8. Bedrohen computermediatisierte Kommunikation und mobilfunkbasierte Textnachrichten die Standardsprache?«. Erscheint in: Luigi Reitani et al. (Hgg.). *Jahrestagung der AIG [Associazione Italiana di Germanistica] 2003 Österreich-Italien*, Udine: Forum.
- Moraldo, Sandro M. (2004a): Linguistische Form(e)l(n) in textbasierten SMS-Dialogen. Zur kontrastiven Analyse deutscher und italienischer Kurznachrichten, in: *Germanistentreffen Deutschland-Italien*. Bari 2003, hg. vom Deutschen Akademischen Austauschdienst, Bonn. S. 285-301.
- Moraldo, Sandro M. (2004b): Medialität und Sprache. Zur Verlagerung von Sprachkommunikation auf Datentransfer am Beispiel von eMail E-Mail und SMS. In: *Deutsch aktuell. Einführung in die Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*, hg. von Sandro M. Moraldo und Marcello Soffritti, Rom. S. 253-270.
- Moraldo, Sandro M. & Marcello Soffritti (Hgg., 2004): *Deutsch aktuell. Einführung in die Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*, Roma.
- Pain, Julien (2005): Bloggers, The New Heralds of Free Expression. In: *Handbook for Bloggers and Cyber-Dissidents*, hg. von Reporters Without Borders. o.O.
- Reboli, Francesca (2003): Dieci cento mille blog. In: *L'Espresso*, 10 gennaio 2003.
- Roncaglia, Gino (2003): Weblog: una introduzione. <http://www.merzweb.com/testi/saggi/weblog.htm>
- Runkehl, Jens, Peter Schlobinski & Torsten Siever (1998): *Sprache und Kommunikation im Internet*. Opladen.
- Runkehl, Jens, Peter Schlobinski & Torsten Siever (2005): *Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet*. Berlin/New York 2005.
- Schlobinski, Peter (2000): Chatten im Cyberspace. In: *Die deutsche Sprache zur Jahrtausendwende. Sprachkultur oder Sprachverfall?*, hg. von Karin Eichhoff-Cyrus und Rudolf Hoberg, Mannheim et al., S.63-79.
- Serianni, Luca (1998). *Italiano. Grammatica. Sintassi. Dubbi*. Milano.
- Serianni, Luca (2003): *Italiani scritti*. Bologna.
- Söll, Ludwig (1974): *Gesprochenes und geschriebenes Französisch*, Berlin.

## Anhang

Nr.	Thema	Adresse	Titel
1	Politisches Zeitgeschehen	<a href="http://blog.repubblica.it/rblog/page/LCoen/">http://blog.repubblica.it/rblog/page/LCoen/</a>	Blog Trotter
2	Allgemeines Zeitgeschehen	<a href="http://ilfoglio.it/wittgenstein/">http://ilfoglio.it/wittgenstein/</a>	Wittgenstein
3	Trends	<a href="http://www.misstrendy.info">http://www.misstrendy.info</a>	misstrendy
4	Religion	<a href="http://blog.espressonline.it/weblog/stories.php?topic=03/04/09/3080386">http://blog.espressonline.it/weblog/stories.php?topic=03/04/09/3080386</a>	Settimo cielo (Siebter Himmer)
5	Familienleben	<a href="http://www.ri-vivere.it">http://www.ri-vivere.it</a>	Ri-vivere
6	Persönliche Kommentare zum Zeitgeschehen	<a href="http://www.mantellini.it">http://www.mantellini.it</a>	Manteblog
7	Intranet	<a href="http://intranetmanagement.splinder.com/">http://intranetmanagement.splinder.com/</a>	Intranet Management
8	Kino	<a href="http://www.ilcinemasecondome.net/">http://www.ilcinemasecondome.net/</a>	il Cinema secondo Me (Das Kino nach mir: wie ich es sehe)
9	Politik, Zeitgeschehen, Alltag etc.	<a href="http://www.bookcafe.net/blog/">http://www.bookcafe.net/blog/</a>	Blog Notes blog di giuseppe granieri
10	Kommentare zum Alltagsgeschehen	<a href="http://www.macchianera.net/">http://www.macchianera.net/</a>	Macchianera la voce fuori dal coro (Schwarzer Fleck: die Stimme, [wörtlich: ausserhalb des Chors] die aus der Reihe tanzt)
11	Persönliches Tagebuch	<a href="http://www.bloggers.it/elisabeth/">http://www.bloggers.it/elisabeth/</a>	PensierieScomodità (Gedanken und Unbequemlichkeiten)
12	Persönliches Tagebuch	<a href="http://www.bloggers.it/Bietolina/">http://www.bloggers.it/Bietolina/</a>	Un po' Sara un po' Bietolina (Ein bisschen Sara ein bisschen Bietolina)
13	Kommentare (Zeitgeschehen) aber auch Persönliches (kein Tagebuch)	<a href="http://webgol.it/">http://webgol.it/</a>	webgol
14	Persönliches Tagebuch	<a href="http://www.bloggers.it/NonSolo-Gospel/">http://www.bloggers.it/NonSolo-Gospel/</a>	Non Solo Gospel
15	Persönliches Tagebuch	<a href="http://cleonelly.blog.excite.it/">http://cleonelly.blog.excite.it/</a>	Nuova blogger. Entra nel mondo dei blogger (Neue Bloggerin. Trete in die Welt der Blogger ein)
16	Persönliches Tagebuch	<a href="http://diversamentedame.splinder.com/">http://diversamentedame.splinder.com/</a>	DiversaMente (Wortspiel mit diversamente: auf andere Art und Weise; hier: mente diversa: ein anderer Geist; eine andere Art zu denken)
17	Kommentare und persönliches Tagebuch	<a href="http://www.dotcoma.it/">http://www.dotcoma.it/</a>	dotcoma *:o)

Nr.	Thema	Adresse	Titel
18	Essen und Trinken	<a href="http://www.peperosso.info">http://www.peperosso.info</a>	Peperosso (roter Pfeffer)
19	Persönliches Tagebuch	<a href="http://fracoldflame.splinder.com/">http://fracoldflame.splinder.com/</a>	Vita, Storie e Pensieri di un Alieno (Leben, Geschichten und Gedanken eines Aliens)
20	Persönliches Tagebuch	<a href="http://sport.blog.kataweb.it/gol_da_favola/2005/09/index.html">http://sport.blog.kataweb.it/gol_da_favola/2005/09/index.html</a>	sport.blog
21	Kunst-Musik-Schauspiel	<a href="http://blog.libero.it/ViaggiDiDamser/view.php?id=ViaggiDiDamser&amp;gg=0&amp;mm=0509">http://blog.libero.it/ViaggiDiDamser/view.php?id=ViaggiDiDamser&amp;gg=0&amp;mm=0509</a>	ViaggiDiDamser arte-musica-spettacolo (Reisen von Damser. Kunst-Musik-Schauspiel)
22	Persönliches Tagebuch	<a href="http://martha.newtella.it/blog/">http://martha.newtella.it/blog/</a>	martha
23	Neues über Blogs und Blogosphäre	<a href="http://www.comesifaunblog.it/">http://www.comesifaunblog.it/</a>	comesifaunblog
24	Persönliches Tagebuch	<a href="http://greener.splinder.com/">http://greener.splinder.com/</a>	SIGNS OF LIFE
25	Multiethnische Kommentare (meist zur Welt des Islam)	<a href="http://blog.ilpassaporto.kataweb.it/ppblog/page/FPacifici/20050512">http://blog.ilpassaporto.kataweb.it/ppblog/page/FPacifici/20050512</a>	il passaporto. Il giornale dell'Italia multiethnica (Der Reisepass. Die Zeitung des multiethnischen Italiens)
26	Buch-, Filmrezensionen, Beiträge zum politischen Zeitgeschehen, Interviews, Controinformazione«(Gegeninformation: gegen die offizielle Kultur etc.)	<a href="http://www.carmillaonline.com">http://www.carmillaonline.com</a>	Carmilla. Letteratura, immaginario e cultura di opposizione
27	Persönliches Tagebuch	<a href="http://ruroni.splinder.com">http://ruroni.splinder.com</a>	ruroni
28	Kriegsberichterstattung; politische Aktualität, Zeitgeschehen	<a href="http://pinoscaccia.splinder.com/">http://pinoscaccia.splinder.com/</a>	La Torre di Babele [Il blog di Pino Scaccia]
29	Reality Show	<a href="http://annalupini.blog.kataweb.it/reality_blog/">http://annalupini.blog.kataweb.it/reality_blog/</a>	REALITY BLOG di Anna Luperini
30	Politik	<a href="http://www.politicablog.info/">http://www.politicablog.info/</a>	politicablog.info

## 5 **SPRACHLICHE UND TEXTUELLE ASPEKTE IN POLNISCHEN WEBLOGS**

### Summary

The Polish blogosphere has expanded in the last four years. The weblogs are mainly interesting for teenagers who use the blog to describe their daily lives. Every day new blogs are created and today there are more than one million blogs in Poland. The Polish blogosphere is very heterogenous. Subject and type of blog depend on the interests of the writer. The most popular blogs in Poland are online diaries but some blogs also are a source for special personal opinions about political incidents or other topics. The blogs provide information about social life, values or habits.

This paper characterizes the Polish blogosphere and the process of its development by referring to current editorials. The linguistic analysis examines distinguishing marks of the Polish language. The hypertextual analysis focuses on specific structures of web sites and texts. Polish Blog-Hosters continuously improve their services and offer new technologies which are used by bloggers.

## 5.1 Blogosphäre in Polen

Die Popularität der Blogs in Polen begann um die Jahreswende 2001/2002. Der erste polnische Bloganbieter war nlog.org, der im Juni 2000 seine Dienste angeboten hat. Ihm folgte das Services Blog.pl.<sup>1</sup> Der größte polnische Weblog-Hoster ist Onet.pl mit 856762 registrierten Blogs zu unterschiedlichen Themen<sup>2</sup>

Die Anzahl der Blogs in Polen hat schätzungsweise die Zahl 1 500 000 überschritten. Zu den populären Weblog-Anbietern gehören:

Blog.onet.pl	856 762
Tenbit.pl	230 724
mylog.pl	138 316
eblog.pl	91 946
Blog.pl	70 972
blogi.pl	37 718
Blox.pl	46 280 <sup>3</sup>

Darüber hinaus gibt es noch weitere Weblog-Hoster, die zusammen wahrscheinlich auch paar Tausend Blogs zählen werden. Die Anzahl der Blogs ändert sich im raschen Tempo, so dass täglich neue Blogs gegründet und alte, nicht mehr aktualisierte Weblogs gelöscht werden. Einige Anbieter behalten sich die Möglichkeit vor, über 80 Tage nicht aktualisierte Blogs ohne Vorwarnung zu löschen.

Dem Artikel »Blogi polską potęgą« zufolge, der Ende August 2005 veröffentlicht wurde, sollen die polnischen Weblogs den dritten Platz bezüglich der Anzahl der aktiven Weblogs in jeweiliger Sprache einnehmen. Davor wurden die englischsprachigen Weblogs sowie die Blogs auf Portugiesisch ganz vorne platziert.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Wikipedia.pl: <http://pl.wikipedia.org/wiki/Blog>

<sup>2</sup> <http://blog.onet.pl/>

<sup>3</sup> Die Zahlen wurden am 21.10.2005 um 12.30 Uhr registriert.

<sup>4</sup> <http://www.idg.pl/news/58299.html>

In Polen werden die Blogs nach wie vor als eine Form des persönlichen Tagebuchs empfunden, das grundsätzlich von jungen Menschen geschrieben wird. Auf der Seite des Blogs »Blogoslownik« behauptet die Autorin, dass zur Verbreitung dieser Definition des Blogs als Tagebuchs die Blog-Anbieter selbst beitrugen, die auf ihrer Site zum Schreiben des eigenen Tagebuchs anregten.<sup>5</sup> Andererseits werden die Weblogs als eine unanständige Form des Exhibitionismus und als sinnlose Beschäftigung bezeichnet.<sup>6</sup> Der Autor dieses Beitrags überlegt, ob diese Betrachtung der Weblogs mit der polnischen Gesellschaft mit ihrer Zurückhaltung und Geschlossenheit zusammenhängt, oder ob die polnische Gesellschaft noch nicht die Möglichkeiten der Weblogs entdeckt hat.<sup>7</sup>

Die Autorin des Artikels Blogosfera (Blogosphäre) weist jedoch darauf hin, dass dennoch einige polnische Prominente die Vorteile des eigenen Blogs erkannten, wie z.B. eine der bekanntesten und sehr geschätzten polnischen Schauspielerinnen Krystyna Janda, deren Blog durchschnittlich 1,3 Mio. mal im Monat angeklickt wird.<sup>8</sup>

Vor dem Beginn der politischen Kampagne zu den im September organisierten Parlaments- und in Oktober Präsidenten-Wahlen wurden die polnischen Politiker befragt, ob sie in Betracht ziehen, ein Blog zu führen. Diese Chance, die Stimmen der Internetnutzer auf diese Weise zu gewinnen haben, die Politiker kaum ergriffen. Laut des Zitats von Sokołowski in dem Artikel »Politycy do blogów« sollen 7 bis 10 Mio. Polen im Alter zwischen 25 und 45 Jahren das Internet nutzen, also die potentiellen Wähler.<sup>9</sup>

Zum anderen Bereich, der sich in Polen bei den Weblogs auch noch nicht durchgesetzt hat, gehören die sog. Business-Weblogs. Zwar gab es erste Versuche, die Kunden mit Hilfe eines solchen Blogs z.B. über die Neuigkeiten zu informieren,

<sup>5</sup> <http://blogoslownik.blox.pl/html/> Archiv: Dezember 2004.

<sup>6</sup> <http://nextmedia.blog.pl/archiwum/index.php?nid=9785744>

<sup>7</sup> <http://nextmedia.blog.pl/archiwum/index.php?nid=9785744>

<sup>8</sup> Konowrocka, D.: Blogosfera: [http://www.idg.pl/artykuly/48507\\_1.html](http://www.idg.pl/artykuly/48507_1.html)

<sup>9</sup> <http://cywinska.pl/> ein Teil des Artikels »Politycy do blogow!« von Aleksandra Pawlicka, der in Vollversion verschlüsselt in Archiv von gazeta.pl zu finden ist.



sie erwiesen sich jedoch als unprofessionell und erweckten kaum Interesse bei der Kundschaft. Das Blog von mBank, soll, wie die Autorin des Artikels »Blogosfera« (Die Blogosphäre) hinweist, schon seit langem nicht aktualisiert werden und nur Presseinformationen enthalten haben.<sup>10</sup>

Dagegen hat die polnische Ausgabe der Zeitschrift Newsweek »Newsweek Polska« ihre Journalisten angeregt, eigene öffentliche Blogs zu schreiben. Sieben Journalisten veröffentlichen regelmäßig auf der Newsweek-Internetseite Beiträge über verschiedene Themen.

Eine neue Art des Weblogs ermöglichte die Firma Nokia den polnischen Internetbenutzern. Seit Februar 2005 können die Blogger dank der modernen Handytechnologie ihr Weblog von unterwegs aktualisieren. Auf der Seite moblog.pl kann ein neues Blog errichtet werden, das mit Hilfe eines MMS-fähigen Foto-Handys verwaltet werden kann.<sup>11</sup> Die Leiterin der Marketingabteilung in Polen Hanna Viita sei überrascht über die Popularität dieser Kommunikationsform in Polen.<sup>12</sup> Vom Februar bis Ende April 2005 wurden 25 Tausend individuelle moblogs eingerichtet.<sup>13</sup>

Über die polnische Blogosphäre findet man immer wieder Artikel und auch einige wissenschaftliche Arbeiten wurden schon zu dem Thema angekündigt bzw. verfasst. Die meisten Artikel berufen sich jedoch auf US-amerikanische Daten, die jedoch sehr wenig mit der polnischen Realität zu tun haben. Einen beträchtlichen Beitrag über die polnische Blogosphäre leistet Maria Cywińska-Milonas in ihrem eigenen Blog »jej.notatnik.pl«. Cywińska-Milonas informiert auf ihren Seiten über die Neuigkeiten bezüglich der Blogosphäre, weist auf interessante Links und neue Artikel zu dem Thema hin.<sup>14</sup> Auch im Blog von Paweł Tkaczyk findet man eine Kategorie, die sich mit den Blogs beschäftigt. Unter der Kategorie »Blogowa kultura« findet man

---

<sup>10</sup> [http://www.idg.pl/artykuly/48507\\_1.html](http://www.idg.pl/artykuly/48507_1.html)

<sup>11</sup> <http://www.moblog.pl/>

<sup>12</sup> <http://www.nokia.com.pl/nokia/informacje/prasa/2005/prasa0453.html>

<sup>13</sup> <http://www.businessweek.pl/search/?O=2166&frazza=blog>

<sup>14</sup> <http://cywinska.pl/>

Beiträge sowohl über die Neuigkeiten über die internationale Blogosphäre als auch Hinweise auf neue Artikel und wissenschaftliche Arbeiten in Polen.<sup>15</sup> Ein weiterer Blog über Weblogs wird von einer Studentin geführt, die eine sprachwissenschaftliche Magisterarbeit über Weblogs schreibt. In diesem Blog findet man Definitionen, eigene Überlegungen und auch weitere Links zu den verwandten Themen und Artikeln.<sup>16</sup>

	Blog. Onet.pl	eBlog.pl	Blog.pl	Blox.pl	Blog.Ten- bit.pl
<b>Anzahl der Blogs</b>	856 762	91 946	70 972	46 280	230 724
<b>Größe</b>	7 MB	Begrenzung hinsichtlich graphischer Dateien. Es dürfen max. 10 sein, keiner darf aber 150 kb überschreiten. (insgesamt 1,5 MB)	Keine Angaben	Keine Begrenzung hinsichtlich der Einträge und der Kommentaren, die Größe der Dateien darf aber 5 MB nicht überschreiten.	20 MB
<b>Zahlung</b>	Kostenlos, geplant ist Einführung der Version gegen Entgelt für Blogs ohne Werbung.	kostenlos	Kostenlose Blogs und gegen Entgelt 25 zł. für 6 Monate, 39 zł. für ein Jahr	kostenlos	kostenlos
<b>Themenkategorien</b>	3 Themen- gruppen: allgemeine, für Jugendliche und für Erwachsene. Darunter 41 Subkategorien.	34 Kategorien	keine Angaben / nur alphabetisches Verzeichnis	18 Kategorien	Keine Kategorien / nur alphabetisches Verzeichnis
<b>Grafik</b>	Ca. 350 Grafik-Schablonen in 21 Kategorien. Grafik-Blog möglich.	Keine Schablonen. Der System erkennt aber die meisten Schablonen	Keine Angaben	9 Schablonen von dem Anbieter, die beliebig von dem Nutzer modifiziert werden können.	5 Grundscha- blonen, Modifi- zierungsmög- lichkeit
<b>Aktualisierung durch SMS/MMS/WAP/E-Mail</b>	Nein	Nein	SMS/WAP/E-Mail, aber nur bei den Blogs gegen Entgelt	SMS, MMS	SMS

<sup>15</sup> <http://pawelkaczyk.midea.pl/>

<sup>16</sup> <http://blogoslownik.blox.pl/html>

	Blog. Onet.pl	eBlog.pl	Blog.pl	Blox.pl	Blog.Ten- bit.pl
<b>Gruppen-Blogs (mehr als nur eins mit Administratorrechten)</b>	Ja	Nein	keine Angaben	Ja	Nein
<b>Anderes</b>	Abonnement anhand RSS, möglich den Blog, in einer früher gekauften Onet Domäne einzustellen	Nutzeridentifikation: jeder Blog zeigt ein zusätzliches Menü, dank dessen man den gerade anzuschauenden Blog zu eigenen Links zufügen, oder dem Besitzer eine E-Mail senden kann. Bei der Kommentierung unterschreibt das System automatisch mit einer Visitenkarte (mit Foto).	keine Angaben	Das Programm Bloxer ermöglicht das Senden der Einträge direkt an den Blog, ohne die Suchmaschine zu involvieren.	

Tabelle 1: Die polnischen Blog-Hoster im Vergleich<sup>17</sup>

Weiterhin entstand eine kollektive Arbeit der polnischen Studenten von der Universität in Gdańsk zum Thema: »Quantitative and sociological analysis of blog networks«,<sup>18</sup>

Der Artikel in PC World »Blogować każdy może!« (Bloggen kann jeder) veröffentlicht eine Meinungsumfrage, ob die Weblogs regelmäßig gelesen werden. Dabei betont der Autor, dass alle Befragten eher eine negative Einstellung gegenüber den Blogs geäußert haben. Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass die Mehrheit also über 70% der Befragten nie die Blogs liest und nur 10% tut dies regelmäßig. 18% wussten dagegen nicht, was unter der Bezeichnung »Blog« zu verstehen ist. Die Be-

<sup>17</sup> <http://www.pcworld.pl/news/76231.html> Die Tabelle wurde aus dem Artikel »Blogować każdy może« entnommen, einige Daten wurden jedoch von mir aktualisiert und verifiziert.

<sup>18</sup> <http://th-www.if.uj.edu.pl/acta/vol36/pdf/v36p3179.pdf>

fragten bezeichneten die Blogs als eine Möglichkeit die Schreibfähigkeiten auszu- probieren und meinten, es sei sehr schwierig einen wertvollen Blog zu finden.<sup>19</sup>

Weiterhin verglich die Zeitschrift PC World einige Weblog-Hoster hinsichtlich der Freundlichkeit, der Vereinfachungen, der Möglichkeit das Blog an eigene Be- dürfnisse anzupassen und der angebotenen Optionen (s. Tab. 1).

Daraufhin wurde die Auszeichnung dem Weblogservice Blox.pl für die Mög- lichkeit der Aktualisierung des Blogs per SMS oder MMS und auch dem Services OnetBlog für zahlreiche Konfigurationsmöglichkeiten erteilt.<sup>20</sup>

<b>Blogosphäre in Polen</b>
<b>Blogs über Weblogs</b>
<a href="#">jej.notatnik.net</a> [314] interessante Beiträge über Blogosphäre, mit Hinweisen auf neue Artikel <a href="#">blogstownik</a> [315] Überlegungen und Beobachtungen über Weblogs <a href="#">Blogowa kultura</a> [316] ein Teil des Weblogs von Paweł Tkaczyk
<b>Polnische Blog-Hoster</b>
<a href="#">Blog.onet.pl</a> [317] <a href="#">Blox</a> [318] <a href="#">Mylog.pl</a> [319] <a href="#">mblog.pl</a> [320] <a href="#">Tenbit.pl</a> [321] <a href="#">Jogger.pl</a> [322] <a href="#">nlog.pl</a> [323] <a href="#">Blog.pl</a> [324]
<b>Ausgewählte Blogs</b>
<a href="#">Blogi-Newsweek</a> die Weblogs der Redaktionsjournalisten [325] <a href="#">kometaże</a> [326] <a href="#">adas@dziugger-jogger</a> [327] <a href="#">BizBlogSfera</a> [328]
<b>Artikel im Netz</b>
<a href="#">Blogować każdy może</a> [329] <a href="#">Blogi – literatura interaktywna w sieci</a> [330] <a href="#">IDG eine Liste mit Linken zu Artikeln über Weblogs</a> [331] <a href="#">Blog narzędziem dla e-biznesu</a> [332] <a href="#">Głob blogów</a> [333] <a href="#">W świątyni tysiąca Blogów</a> [334] <a href="#">Quantitative and sociological analysis of blog networks</a> [335]

<sup>19</sup> <http://www.pcworld.pl/news/76231.html>

<sup>20</sup> <http://www.pcworld.pl/news/76231.html>

## 5.2 Empirische Basis

Die Weblogs für das Korpus wurden von sechs polnischen Weblog-Hoster ausgewählt: mBlog.pl, mylog.pl, nlog.org, jogger.pl, blox.pl, blog.onet.pl, die zu den bekanntesten Blog-Anbietern gehören. Die Blog-Hoster nlog.org und jogger.pl bieten nur ein alphabetisches Verzeichnis der Blogs an. Bei den anderen drei Blog-Anbietern werden dagegen unterschiedliche Kategorien angegeben, unter welchen die Blogs gespeichert werden können. Jeweils das 15. Blog aus einer Kategorie oder von einem per Zufall ausgewählten Buchstaben wurde gespeichert. Von diesem Verfahren wurde abgewichen, wenn das Weblog weniger als 4000 Zeichen hatte oder ein reines Fotoblog darstellte oder trotz der angegebenen Thematik ein schon im Korpus vorhandenes Thema behandelte. Da die meisten Blogs der ersten vier Blog-Anbieter von Jugendlichen geschrieben werden<sup>21</sup>, handelt es sich vorwiegend um typische Tagebücher, die sich mit dem Verlauf eines Tages, unglücklicher Liebe, Schule u.ä. beschäftigen. Die Weblogs werden von ihren Autoren zwar unter verschiedenen Kategorien gespeichert, haben aber wenig mit dem angegebenen Thema zu tun. Anders war das bei den Blogs, die von dem Blog-Hoster blox.pl oder blog.onet.pl ausgewählt wurden. Die unter den Kategorien Politik, Kultur, Region und Bildung veröffentlichten Blogs befassen sich mit anspruchsvollen Themen und werden auch in sorgfältigem Stil zusammengefasst. Diese Weblogs werden in der Analyse oft als die von Erwachsenen verfassten Weblogs bezeichnet, um sie von den anderen privaten Blogs zu unterscheiden. Denn, wie die Analyse zeigt, ähneln sie viel mehr den professionellen Weblogs als den privaten. Hier griff die Regel das 15. Blog auszuwählen nicht, weil weniger als zehn Blogs bei diesen Kategorien vorhanden waren.

---

<sup>21</sup> Diese Behauptung schließe ich anhand von den in den Weblogs behandelten Themen, sowie von den veröffentlichten persönlichen Informationen.

### 5.3 (Hyper)textueller Aufbau

Cywińska-Milonas merkt in dem Artikel »Blog narzędziem dla e-biznesu« vorsichtig an, dass die Definition des Blogs nicht auf dem Inhalt sondern auf der Form basieren soll. Weiterhin erklärt sie, bei einem Blog handle es sich um die Art und Weise der Präsentation des Inhalts in WWW.<sup>22</sup> Eine genaue Definition, was unter einem Blog zu verstehen ist, scheint es nicht zu geben. Die polnische Wikipedia bezeichnet die Blogs als eine Art der Internetseite, auf der die Einträge in der umgekehrten zu der chronologischen Reihenfolge, von dem neuesten zu dem ältesten Beitrag, eingeordnet werden. Die Beiträge werden archiviert, können von den Lesern kommentiert werden und besitzen die von dem Autor zu empfehlenden Links zu verwandten oder interessanten Themen.<sup>23</sup> Marek Kowalkiewicz versuchte das Phänomen Blog näher zu beschreiben, indem er auf gemeinsame Eigenschaften der Weblogs angeht. Darüber hinaus fügt er noch hinzu, was seiner Meinung nach ein Blog sein soll.<sup>24</sup> Jedes Blog sei individuell. Die Hyperlinks, welche bei den einfachen Online-Tagebüchern fehlen, seien ein wichtiger Bestandteil der Blogs. Sie sollten regelmäßig aktualisiert und die Beiträge archiviert werden. Der Zugang zu den Weblogs sei für die Leser kostenlos und von jedem Platz in WWW möglich, ohne zusätzliche Passwörter benutzen zu müssen.<sup>25</sup>

Grundsätzlich sind die polnischen Blogs keine eigenen Websites, sondern die Blogger nutzen die dazu vorbereiteten Vorlagen, die sie individuell ändern können. Die oben genannten polnischen Weblog-Anbieter stellen dem Nutzer meistens unentgeltlich ein Konto zur Verfügung, das der Nutzer nach dem Ausfüllen des Anmeldeformulars und dem Akzeptieren der Geschäftsbedingungen verwalten kann.

---

<sup>22</sup> <http://www.gazeta-it.pl/zw/blog.html> Gazeta IT nr 9 (39), 19.10.2005.

<sup>23</sup> <http://pl.wikipedia.org/wiki/Blog>

<sup>24</sup> [http://www.gazeta-it.pl/archiwum/git11/glob\\_blogow.html](http://www.gazeta-it.pl/archiwum/git11/glob_blogow.html) Gazeta IT 3(11) März 2003. Glob blogow

<sup>25</sup> [http://www.gazeta-it.pl/archiwum/git11/glob\\_blogow.html](http://www.gazeta-it.pl/archiwum/git11/glob_blogow.html) Gazeta IT 3(11) März 2003. Glob blogow

Um ein Blog zu erstellen und zu führen, braucht man über keine Kenntnisse des Programmierens zu verfügen, sondern man lässt sich von dem System leiten. Die Weblog-Hoster stellen dem Nutzer verschiedene Schablonen zur Verfügung, auf die die Blogger zurückgreifen können. Diejenigen, die jedoch eigene Ideen verwirklichen möchten und das nötige Wissen dazu haben, können die Seiten alleine erstellen. Falls man trotz der fehlenden Kenntnisse ein individuell gestaltetes Blog besitzen möchte, kann man es bestellen. Private Internetbenutzer, nicht selten auf den Seiten ihres eigenen Blogs, bieten das Erstellen von Blog-Vorlagen nach individuellen Vorgaben/Bedürfnissen an. Weiterhin gibt es auch Seiten, die mehrere Schablonen zur Verfügung stellen. Diese Dienste werden oft kostenlos angeboten, es wird nur verlangt, die Bedingungen des Autors zu akzeptieren, nach denen z.B. die Form nicht verändert und das Copyright-Zeichen nicht gelöscht werden kann.

Um ein Blog einzurichten, braucht man z.B. bei [blog.onet.pl](http://blog.onet.pl) zuerst die Adresse einzutragen, unter welcher ein Blog zukünftig zu finden sein wird, sowie dem Blog einen Titel zu erteilen und einen Nickname vorzuschlagen. Falls eine von diesen Bezeichnungen schon vergeben wurde, wird der Nutzer darauf hingewiesen und gebeten ein anderes Wort einzugeben. Nachdem die ersten Schritte gemacht wurden, kann man das Blog im Vorfeld einer Kategorie zuordnen: allgemeines Blog, für Jugendliche oder für Erwachsene. An dieser Stelle entscheidet der Autor auch, unter welchen Themen das Blog demnächst aufgeführt wird. Hier lassen sich bis zu drei verschiedenen Kategorien auszusuchen. Es ist auch ein Feld vorhanden, in dem man eine bis zu 300 Zeichen lange Beschreibung formulieren kann, die in dem Blog-Verzeichnis unter dem Titel eingeblendet wird. Zum Schluss wählt man die Schablone aus, bei der in der Zukunft die Einstellungen und das Aussehen geändert werden können. Die Anmeldung bei den anderen Blog-Anbietern erfolgt ähnlich. Nachdem das Blog eingerichtet wurde, kann der Autor weitere Einstellungen unternehmen, z.B. ob die Einträge kommentiert werden dürfen, nach welcher Zeit die Einträge in

Archiv verschoben werden oder ob der Autor über neue Kommentare benachrichtigt werden soll. Falls der Nutzer auf irgendwelche Probleme stößt, stehen ihm die Hilfe sowie das Forum zur Verfügung.

Jeder Leser kann einen Bezug zu dem Geschriebenen nehmen, denn unter jedem Posting steht ein Button oder ein Link zur Verfügung, der zu einer separaten Seite mit dem Feld für einen Kommentar führt. Um einen Kommentar abzugeben, muss man sich entweder einloggen oder einige Autoren stellen diesesn Service ohne Beschränkung zur Verfügung. Wie viele Kommentare abgegeben wurden, steht in der Klammer neben dem Button. Die Kommentierung ermöglicht den Dialog zwischen dem Autor und dem Leser und lässt eine Kritik zu. Grammatisch gesehen zeichnet sich der Button durch unterschiedliche Formen aus. Am häufigsten wird der Imperativ der 2. Pers. Sing. des perfektiven Verbs *skomentuj* verwendet, die den Leser direkt zum Kommentieren anfordert [s. z.B. 1, 2, 3, 21, 22, 26, 27, 28]. Bei den substantivischen Bezeichnungen besteht meistens keine Kongruenz zwischen dem Numerale, also der Zahl der abgegebenen Kommentare, und dem Substantiv bezüglich des Numerus und des Kasus. Es wird entweder Nominativ Sing. oder Plur. unabhängig von der Zahl der Kommentare verwendet (*komentarz* (X) [14] oder *komentarze* (X) [10, 11, 12, 13, 18]). In einem einzigen Fall [15] wird das Substantiv entsprechend des Numerus und des Kasus dekliniert. Weitere vereinzelte Beispiele stellen kurze Imperativsätze vor, wie *dołącz komentarz* (Füge ein Kommentar hinzu) [16, 20], und auf Englisch *send a message* [23]. Der Imperativsatz auf Polnisch wird mit dem Substantiv ›Kommentar‹ ersetzt, sobald ein Eintrag abgegeben wird.

Der Autor des Weblogs kann auch ein Gästebuch einrichten, in dem die Besucher keinen direkten Bezug zu einem Beitrag nehmen, sondern ihre allgemeinen Anmerkungen oder Grüße und weitere Hinweise u.ä. verfassen. Im Gegenteil zu den Kommentarbuttons, die immer vorhanden sind, wurden die Gästebücher in der Hälfte



der untersuchten Weblogs eingerichtet. Es lässt sich auch beobachten, dass das Gästebuch eher bei den privaten als bei den professionellen Blogs bevorzugt wird.

Eine weitere Möglichkeit, den Leser bei dem Besuch der Seite zu einer aktiven Reaktion zu bewegen, geben die Umfragen, die der Autor für unterschiedliche Zwecke einbinden kann. Diese Möglichkeit, eine Meinung der Leser zu gewinnen, haben nur zwei Autoren in den untersuchten Weblogs [17; 19] genutzt. Die beiden Umfragen hingen mit dem Thema des Blogs zusammen und beinhalteten nur eine Frage mit mehreren Möglichkeiten zum Ankreuzen.

Genauso selten wird in den Weblogs die Suchmöglichkeit eingerichtet. Hier handelt es sich um die Stichwortsuche innerhalb des eigenen Blogs inklusive der Kommentare. Der Weblog-Hoster blox.pl bietet die Option eine Suche einzurichten, mit derer Hilfe nach einem angegebenen Stichwort gesucht wird. Ähnlich wie bei einer Suchmaschine wird eine Liste mit den Ergebnissen zusammengestellt, die sich anklicken lassen und zu dem jeweiligen Beitrag führen.

Wo die einzelnen Inhalte in einem Weblog platziert werden, hängt es von der Schablone und letztendlich auch von dem Blog-Anbieter ab. Unter den polnischen Weblogs gehören zu den häufigsten Typen solche, bei denen die Navigation entweder links oder rechts am Rand platziert ist. Die Stellung der Navigationselemente an beiden Seiten des Beitrags [Blog 7] oder am Ende der Seite unter allen Beiträgen [20] wird selten beobachtet. Die letztgenannte Möglichkeit ist nicht nur ungewöhnlich, sondern für den Leser äußerst unbequem, denn er muss zuerst nach unten scrollen, bis sich endlich die Navigation entdecken lässt. Den größten Platz auf der Seite nehmen die Beiträge an, die in der Mitte in der Vollversion untereinander abgebildet werden. Die Länge der Seite hängt von der Anzahl und der Länge der einzelnen Beiträge ab, die auf der Hauptseite zu sehen sind.

Die Navigationselemente stehen nicht willkürlich am linken oder rechten Rand der Webseite, sondern eine gewisse Reihenfolge wiederholt sich immer wieder. So

steht das Gästebuch als erster Hyperlink, der in Lesen und Eintragen eingeteilt werden kann. Dann folgt das Archiv und erst danach werden die anderen Links wie z.B. die Weblogs von Freunden sog. Blogroll<sup>26</sup> oder weitere Empfehlungen u.ä. aufgelistet. Falls private Informationen vorhanden sind, stehen sie relativ weit oben auf der Liste und ein Zähler, wie viele Surfer bisher das Blog besuchten, wird an der letzten Stelle platziert. Der Weblog-Hoster blox.de bietet an, die Themenkategorien der Beiträge sowie RSS am Kopf der Seite zu lokalisieren [21; 22; 24; 25], während sich die restlichen Inhaltskategorien am Rand befinden.

Die privaten Informationen werden in der Hälfte der untersuchten Weblogs von den Autoren preisgegeben. Sie werden entweder auf der Startseite zusammen mit den weiteren Inhaltskategorien [7, 11] aufgelistet oder ein Hyperlink führt den Leser auf eine extra Seite [9, 10, 17, 28, 30]. Die Informationen reichen hier von der Bekanntgabe des Namens oder des Nicknames, über die Angaben zum Alter, zum Beruf, zur Wohnort, zu den Hobbys u.ä. bis zum Verraten der E-Mail-Adresse. Die Rubrikbezeichnung heißt am häufigsten o mnie (über mich) [z.B. 7, 9, 10] oder trozku o mnie (ein bisschen über mich) [11], about me [19] oder o autorze (über den Autor) [28, 30]. Manchmal werden keine tatsächlichen Auskünfte über die Person mitgeteilt, sondern spielerisch ohne jeglichen Informationsgehalt werden Floskeln geschrieben, wie in dem Blog [11] die Autorin zu ihrem Nachnamen po tatusiu (von dem Vater) schreibt. Konowrocka behauptet in dem Artikel »Blogosfera«, dass die besten Weblogs anonym geschrieben werden.<sup>27</sup> Diese Feststellung lässt sich aber durch die im Korpus vorkommenden Weblogs nicht bestätigen oder sogar das Gegenteil behaupten. Die am sorgfältigsten recherchierten Artikel befanden sich in den Weblogs, in denen die Namen der Autoren mitgeteilt werden, wie dies im Fall der von den Journalisten des Newsweek geführten Weblogs ist [28, 30].

---

<sup>26</sup> Blogroll – damit sind die Links zu anderen Weblogs gemeint, die von dem Autor gelesen werden. Vgl. [www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de)

<sup>27</sup> Konowrocka, D.: Blogosfera: [http://www.idg.pl/artykuly/48507\\_1.html](http://www.idg.pl/artykuly/48507_1.html)

Die verschiedenen Linksbezeichnungen lassen sich zwar inhaltlich kategorisieren, auf der semantischen Ebene herrscht hier jedoch eine große Vielfalt. Ein Gästebuch wird nicht nur als solches bezeichnet, sondern verbirgt sich hinter solchen Nominalgruppen wie *Księga smoków* (Drachenbuch) [4], *Księga kwiatów* (Blumenbuch) [12] aber auch hinter einem Substantiv *Zapaźalnia* (der Ort, wo man den Tee aufbrüht) [13]. Diese Bezeichnungen, die semantisch keinen Hinweis auf ein Gästebuch liefern, hängen eng mit dem Layout des Weblogs zusammen. Durch den standardisierten Aufbau des Layouts können die Leser den Zusammenhang zwischen den Bezeichnungen und dem tatsächlichen Inhalt des Hyperlinks entschlüsseln.

Neben der Verwendung des Substantivs *archiwum* (Archiv) oder *przeszłość* (Vergangenheit) [19] für die Benennung der älteren Beiträge finden sich auch nominale Gruppen, die aus einem Nomen und einem Attribut bestehen: *Minione dzieje* (vergangene Erlebnisse) oder *starsze wpisy* (ältere Einträge) [15]. Komplexere Formen, wie der einfache Satz ›*To już minęło*‹ (Das ist schon vergangen) [12] sowie der Anglizismus *past* [11] treten nur als Einzelbeispiele auf.

Größere Vielfalt herrscht bei den Überschriften für die Hyperlinks, die auf die interessantesten oder die Weblogs der Freunde hinweisen. Sie werden ab und zu von den anderen Navigationselementen durch einen Oberbegriff abgegrenzt, wie *linki* [2, 7, 12] oder der Anglizismus *Links* [11] aber auch *zakładki* (Lesezeichen) [21, 22, 25]. Diese Überschrift ist jedoch nicht obligatorisch und in meisten Fällen fehlt sie. Für die Bezeichnung der Weblogs von den Freunden oder der Lieblingsblogs werden die Diminutivbildungen wie *Blogaski* [1], *moje ulubione stronki* (meine Lieblingsseiten) [3], *ulubione stronki* (Lieblingsseiten) [12] oder *znajomki* (Bekanntes) [17] verwendet, die auf eine besondere Beziehung des Autors zu ihnen hinweisen. Bei dem letztgenannten Beispiel handelt es sich um ein spielerisch gebildetes Nomen, das in der Standardsprache nicht existiert. Auch weitere kreative Bildungen, die von den Standardformen abweichen, haben hier eine Verwendung, wie *qumple* [7], *blogi*

qmpli i qmpeli [10], wo die Buchstabenkombination ›ku‹ durch den lautähnlichen Buchstaben ›q‹ ersetzt wird. Weiterhin befinden sich noch andere Überschriften, wie znajomi blogerzy (bekannte Blogger) [18], ulubieni (beliebte) [19], Blogi osobliwe osobiste [merkwürdige persönliche Blogs] [21] oder einfach Blogi (Blogs) [25]. Die Entwicklung der Namen für diese Spalte kennt eigentlich keine Grenzen und hängt von der Phantasie der Autoren ab.

Die Mehrheit der untersuchten Weblogs besteht nur aus Text. Die Beiträge werden äußerst selten mit einem oder mehreren Bildern ergänzt. In nur sieben Weblogs wurden zusätzlich neben dem Beitragstext Bilder verwendet [2, 17, 18, 19, 20, 22, 23]. Hier handelt sich um die Visualisierung des Inhalts anhand Fotos z.B. der beschriebenen Stars wie Paolo Maldini [18] oder Britney Spears [19]. Keine neuen Informationen werden durch das Bild jedoch zugefügt.

Zwar werden die meisten Beiträge ohne jegliches Bildmaterial präsentiert, die Weblogs-Schablonen haben aber gewöhnlich in der angebotenen Grundform ein Bild farblich und thematisch passend zu dem gesamten Layout und der Überschrift impliziert [z.B. 1, 3, 6].

Neben Fotos können auch animierte bzw. statische Bild-Smileys verwendet werden, die jedoch in dem Korpus nur drei Mal [4, 7, 16] vorkommen. Zusätzlich werden im Blog [4] animierte Ausrufezeichen gebraucht. Die Interpunktionszeichen sowie die Bild-Smileys ähneln denjenigen, die in dem polnischen ICQ gadu-gadu verwendet werden. Gewöhnlich werden beide im Übermaß verwendet, um die Information stärker zu betonen.

Eine weitere Form von Bildern sind sog. Avatare bekannt aus den Online-Spielen oder Diskussionsforen, die den Autor, seine Eigenschaften und Vorlieben widerspiegeln sollten. In den im Korpus gespeicherten Weblogs kommen sie aber nicht vor.

## 5.4 Sprachliche Aspekte und Merkmale

Die Weblogs werden in Polen als Internettagebücher bezeichnet, die jeder schreiben kann. Sie haben ihre Wurzeln in den Tagebüchern auf Papier. Letztere durfte zwar jeder schreiben, aber nur die der bekannten Persönlichkeiten wurden veröffentlicht.<sup>28</sup> Die Weblogs kann hingegen jeder im Internet publizieren, der dazu Lust hat, unabhängig vom Grad der Bekanntheit in der Öffentlichkeit, von der genossenen Bildung und eigenen Fähigkeiten. Die Texte werden nicht redigiert und Korrektur gelesen. Aus diesem Grund zeichnen sich die Weblogs durch unterschiedliches Niveau bezüglich der verwendeten Sprache und der repräsentiertem Wissen aus. Niemand darf jedoch ein Blog löschen, weil der Inhalt bzw. die Sprache »schwach« ist. Ob ein Blog Popularität genießt, zeigt die Anzahl der Kommentare zu den einzelnen Beiträgen.

Im Polnischen scheint die Kurzbezeichnung Blog mehr verbreitet zu sein. Die polnische Wikipedia weist darauf hin, dass Blog eine Abkürzung von Weblog ist. Auf den Seiten der Weblog-Hoster findet man überwiegend die kürzere Form Blog. Dieses Substantiv muss im Polnischen nach der Deklination für Maskulina für Unbelebtes gebeugt werden:

N.	blog	blogi
G.	bloga	blogów
D.	blogowi	blogom
A.	blog	blogi
I.	blogiem	blogami
L.	blogu	blogach
V.	blogu	blogi

Aus dem Substantiv wurden weitere Wortarten abgeleitet. In seinem Umfeld zeigt das Wort unterschiedliche Wortbildungsmöglichkeiten. Die Tätigkeit, ein Blog zu schreiben, wird als *blogować* bezeichnet. Dagegen

heißen die Personen, die ein oder mehrere Weblogs führen, in Sing. *bloger* und in Plur. *blogerzy*. Die ganze Gemeinschaft der Weblogs wird als *blogosfera* bezeichnet. Hierzu finden sich noch Determinativkomposita wie *blogosłownik* (Blog-Wörter-

<sup>28</sup> Izdebska Katarzyna: *Blogi – pamiętniki naszych czasów*.

buch), das als Titel eines Blogs fungiert und darauf hinweist, dass sich um eine mit den Weblogs verbundene Thematik handelt, oder fotoblog, das aus zwei Fremdwörtern besteht. Spielerisch wurde auch eine Diminution in Plur. blogaski [1] für die Bezeichnung der Blogroll gebildet.

Wenn man sich die Schreibweise näher anschaut, gibt es bei den polnischen Weblogs wenige Abweichungen von den geltenden Regeln. In fast allen untersuchten Weblogs ist die Standardschreibung beibehalten und nur zwei Autoren haben überwiegend konsequente Kleinschreibung [12, 14] angewendet. In zwei Fällen findet man den Verzicht auf die Großschreibung am Satzanfang [14, 12] und ein Mal wird beliebig die Satzinitiale Großschreibung [2] angewendet. Mehr Verwendung findet die Hervorhebung entweder durch Großschreibung der ganzen Wörter oder sogar den ganzen Sätze. Durch die Verwendung der Großschreibung deuten die Blogger darauf hin, dass eine Information als wichtig und gleichzeitig überraschend empfunden wurde: »Anglicy mogą CODZIENNIE oglądać nasze idolki.« (Die Engländer können TÄGLICH unsere Favoritinnen sehen. [17]). Andere Blogger möchten nur die Aufmerksamkeit erregen, wie z.B. jemandem sagen, dass sie ihn besonders mögen: KOCHAM JUSTYNKĘ (Ich liebe Justynkę) [3] oder KOCHAM MOJEGO ŚLICZNEGO ANIOŁKA (Ich liebe meinen schönen Engel) [7].

Kursiv werden vor allem Zitate oder Internetadressen [24, 26] geschrieben, also fremde Inhalte. Noch eine Art der Hervorhebung, die jedoch sehr selten die Verwendung fand, ist das Setzen der Wörter in Fett [5, 26].

Zu den häufigsten Tippfehlern gehören das Auslassen von einzelnen Buchstaben oder Umtauschen von benachbarten Buchstaben: »na drugeij« statt na drugiej, »nei amm« statt nie mam [2] oder »humor jej się pgorszył« statt pogorszył [1], miejsiej statt miejskiej [5]. Zu den weiteren Tippfehlern gehören das Austauschen von Buchstaben oder das Tippen eines überflüssigen Buchstabens: oczywiście z przymusy (przymusu) [4]; pateklni (patelni) [5]. Selten wurden die Tippfehler beobachtet, wo

der erste Buchstabe von dem nachstehendem Wort an das davor stehende angekoppelt wurde: *jakw iele* (jak wiele) [2].

Im Polnischen neben den Zeichen, die dem lateinischen entsprechen, gibt es noch Zeichen mit diakritischen Markierungen. Dazu gehören: *Ą, ą, Ć, ć, Dź, dź, Dż, dż, Ę, ę, Ł, ł, Ń, ń, Ó, ó, Ś, ś, Ź, ź, Ż, ż*.<sup>29</sup> Diese Zeichen kann man mit Hilfe von Tastenkombination unter polnischem Word ohne größere Probleme verwenden. Dazu nutzt man Alt Gr + den jeweiligen Grundbuchstaben. Dies erklärt vielleicht den Fakt, dass nur in fünf Blogs auf die diakritische Markierung verzichtet wurde und in sechs Weblog haben sich die Autoren für die gemischte Form entschieden. Bei der gemischten Form könnte sich um Tippfehler handeln oder um bewusste Absicht schneller schreiben zu wollen. Der Grund für einen Verzicht auf die diakritischen Zeichen kann am Fehlen der nötigen Software liegen, wie z.B. im Blog [16], dessen Autorin ein Auslandssemester macht und wahrscheinlich ihr keine polnische Word-Version zur Verfügung steht. Die diakritischen Zeichen sind in anderssprachigen Wordversionen unter Sonderzeichen zu finden, dies ist jedoch komplizierter und zeitaufwendiger.

Die orthographischen Fehler wurden in vier Weblogs gesichtet. Hier handelt sich um Fehler, die nicht als Tippfehler oder sonstige qualifiziert werden konnten, weil sie auf Grund der Häufung in einem Blog oder Wiederholung des gleichen Fehlers dies ausschließen lassen. Das Blog [5] und [9] geben einige Beispiele für die fehlerhafte Schreibweise. Einige der auftretenden Fehler könnten durch die Anwendung der orthographischen Regel behoben werden, wie z.B. *przecierz* (*przecież*) [5] – in den Präfixen gebraucht man *-eż*; *o tej poże* (*porze*) [9] – im Nominativ heißt der Nomen »pora« und laut der Regel gebraucht man »rz«, wenn einer Konsonantenwechsel mit »r« möglich ist. Genauso könnten in einigen Fällen die Fehler mit *ó*-Schreibung beseitigt werden, denn es wird immer »ó« geschrieben, wenn es in den Flexions-

---

<sup>29</sup> Engel, U.: Deutsch-polnische kontrastive Grammatik. 2000. S. 1312.

formen oder verwandten Formen mit ›o‹, ›e‹ oder ›a‹ wechselt, so statt wruciły gebraucht man richtig wróciły, denn es heißt auch wracały.<sup>30</sup> Solche Fehler weisen auf die Nachlässigkeit des Autors hin.

Die beiden Blogs, in den eine Häufung von Fehlern vorkommt, werden von Teenagern verfasst. Es kann sich also um das fehlende Wissen bezüglich der polnischen Orthographie handeln. Darüber hinaus haben die jungen Blogger nicht das Bedürfnis einen korrekten Text zu schreiben, sondern sie wollen in erster Linie ihre Gefühle loswerden. Aus diesem Grund schauen sie nicht mal im Wörterbuch nach, wie man das eine oder andere Wort richtig schreibt. Das Problem mit der Orthographie oder mit den Tippfehlern wird vielleicht nachlassen, wenn die Möglichkeit, das Blog von Word aus zu aktualisieren, vorhanden sein wird. Jedoch lassen sich stilistische oder Flexionsfehler sowie Faulheit des Autors einen Text durchzulesen und zu redigieren leider nicht vermeiden.<sup>31</sup>

In zwei Drittel der untersuchten Blogs werden die umgangssprachlichen Ausdrücke verwendet. Da viele im Korpus aufgenommene Weblogs von den Jugendlichen geschrieben werden, stammt der umgangssprachliche Wortschatz aus dem Bereich Schule: kujon [1, 9] (Pauker), korki [4] (Nachhilfeunterricht), hista [5] (Geschichte als Fach), jutro ustna z matmy [7] (morgen mündliche in Mathe). Aber auch bei den von der Erwachsenen verfassten Blogs finden sich doch vereinzelt aber immer wieder Wendungen aus der Umgangssprache oder Einflüsse von unterschiedlichen Dialekten.

Die Diminutivbildung, die im Polnischen relativ ausgeprägt ist, wird in der Hälfte der untersuchten Blogs gesichtet. Es handelt sich hier jedoch in fünf Fällen um vereinzelte Wörter und in sechs weiteren Weblogs schwankt die Zahl der diminutiv gebrauchten Wörter zwischen fünf und sieben. Neben dem gewöhnlichen Gebrauch werden die diminutiven Endungen an den umgangssprachlichen Wortschatz an-

<sup>30</sup> vgl. Słownik ortograficzny języka polskiego PWN. (1975).

<sup>31</sup> Blogosłownik: <http://blogoslownik.blox.pl/html/1310721,262146,13.html?457401>



gehängt wie siorka [4], wycinki [2], imprezka [5]. In beiden Fällen verleihen sie dem Geschriebenen eine gewisse Intimität oder dienen der Demonstration der Gefühle gegenüber einer geliebten Person, indem man Kosenamen benutzt, wie aniołek (Engelchen), skarbek (Schätzchen), koteczek (Kätzchen) [7], cukiereczek (Bonbon), rybka (Fischchen) [12]. Einige Wörter werden positiv aufgewertet, wie błotka (Schlamm), górki (Bergchen) [11], ohydki (Scheußlichkeit) [16], wycinki (in der Jugendsprache ein Text, der mit großer Mühe verfasst wurde) [2]. Weiterhin werden unterschiedliche diminutive Ausdrücke in dem Fließtext eingebaut, die spielerisch gebildet werden, und die einen persönlichen Charakter der Beiträge zum Ausdruck bringen: pozdroweczki (Grüße) [4], życzonka (Wünsche) [18]. Die Diminutivierung kommt in den professionellen sowie in den von den Erwachsenen geschriebenen Weblogs nicht vor, sondern nur in den von den Jugendlichen verfassten Texten.

Zur Verbreitung der fremdsprachigen Elemente trugen sowohl der bessere Zugang zu den Fremdsprachen nach dem Wechsel des politischen Systems in Polen als auch die Entwicklung neuer Technologien und moderne Kommunikationsmöglichkeiten bei. In beinahe jedem Weblog treten englischsprachige Elemente auf, nur fünf Autoren ist es gelungen, darauf zu verzichten. Nichtsdestoweniger stellen die Anglizismen nur 1% aller Wortformen vor. Einen großen Anteil machen die umgangssprachlichen Anglizismen aus, wie pub [1], sorry [2, 4, 10], weekend [7, 11, 12], big [8], shopping [16], cool [18], die bei den Jugendlichen häufigen Gebrauch finden. Aus welchem Bereich die Anglizismen stammen hängt oft mit dem Thema des Weblogs zusammen. Die in dem Blog [3] gebrauchten Anglizismen bezeichnen die Musikrichtungen bzw. stammen aus der Musikbranche, was einen direkten Bezug zu der Thematik der Beiträge hat. Die aus dem Bereich der neuen Technologie stammenden Wörter bzw. Abkürzungen treten verstärkt in den das Thema betreffenden Weblogs [15, 29, 26] firewalla, routing, Sendmail, MSN, DVD, HDTV, PVR u.ä. Solche Wörter wie SMS oder e-mail werden allgemein also unabhängig vom Thema

des Weblogs benutzt und erhalten gewöhnlich die polnischen Flexionsendungen wie *sms'a* [3] oder *e-mail'ować* [17]. In den professionellen Weblogs beschränkt sich der Gebrauch der Anglizismen auf die notwendigen Ausdrücke, die themabedingt sind und die im Polnischen keine adäquate Entsprechung haben oder auf Zitate [27]. Die Autoren setzten voraus, dass der Leser den englischen Wortschatz verstehen wird. Die Anglizismen treten nicht nur in dem Beitragstext, sondern sie werden auch in der Menuliste verwendet: *about me* [19], *Love and hate*, *I'm fan*, *Klipy*, *Layout/Design By, Girl, Things*, *Link me* [5], *Happy tree friends* [17].

Die Entlehnungen aus anderen Fremdsprachen kommen vereinzelt vor und beziehen sich im größten Teil auf das Thema des Beitrags. So befinden sich die kulinarischen Ausdrücke aus dem Italienischen in dem Weblog [7] *pizza*, *tortellini*, *spaghetti* oder die deutschen Bezeichnungen für die Sehenswürdigkeiten in Weblog [16] *Freilichtmuseum*, *Deutsches-Uhrenmuseum*, *Die Kirche St. Michael in Entringen*.

Eine andere Art der Einbindung des Fremdsprachiges besteht darin, die polnischen Graphemen durch die fremdsprachigen zu ersetzen, z.B. *u < oo /u/ loożno* [2], *ż bzw. sz < sh /j/ jush*, *palushki* [4, 5], *k < c /k/ comentować* [2]. Das Phänomen wird pseudoenglische Transkribierung genannt.<sup>32</sup> Dies stellt ein umgekehrtes Vorgehen zu der Transkription der Fremdwörter nach polnischem Lautsystem *aj lov ju* [11] vor. Die beiden Formen treten sowohl bei der Chat- als auch bei ICQ-Kommunikation auf.

In den polnischen Weblogs beobachtet man einen umfangreichen und differenzierten Gebrauch der graphostilistischen Zeichen. Die Smileys treten in 20 Weblogs auf, dabei handelt sich sowohl um die schriftzeichenbasierten als auch um die ikonischen Smileys. Neben den am häufigsten verbreiteten Standardformen *:)*, *:-)*, *;)* , *:(*

---

<sup>32</sup> Gruszczyński, W.: *Czaty w sieci...*, S. 143.

finden sich auch weitere :], ;], ;>, :I, :D, :P, :\* ,:/, :c, :o, =]. Sie werden normalerweise am Ende des Satzes gesetzt, so dass oft auch die Satzzeichen fehlen:

Lubie to jego standardowe pytanie »Jak sie czujesz Maren?« :D [14]

Przez weekend zmagalem się z trudem pielgrzymowania :) [7]



Zur Verstärkung werden mehrere Smileys nacheinander gebraucht, dagegen seltener Allographen:


(...) i dalej po ok.50 innych skoczków których lubie ;)) [18]


(...) teraz my mamy sie cieszyć kims obok:D:D... [12]


KOCHAM WAS WSZYSTKICH dzieci moje :\* :\* [11]


Die ikonischen Formen finden sich in drei Weblogs und obwohl neben den statischen auch animierte Smileys verwendet werden, stellen sie insgesamt nur eine kleine Auswahl vor:


Ale powiem Wam szczerze, że już żaden nie zastąpi mi Pimpusia   [4]

pisarka dla takich »koni« jak my  [4]

(...) ona jest za niska  [4]

Ach jaka ona jest śliczna . [7]

Dzis mielismy 34 stopniowy upal, ale to nie przeszkadza nam szykowac sie do nocy swietojanskiej , (...) [16]

Hierzu kommen noch die ikonischen animierten Ausrufezeichen: DOSTAŁEM PIESKA  [4], die gehäuft vorkommen können. Die Smileys helfen dem Au-

tor seine Gefühle sowie seine Laune ausdrücken, die er in dem Gespräch durch die Mimik, Gestik und Gesichtsausdruck gezeigt hätte. Dieses Phänomen wird in der Chat-Kommunikation beobachtet. Der Gebrauch der Smileys nimmt bei den professionellen sowie von den Erwachsenen verfassten Weblogs rapide ab. Bei den privaten Weblogs finden sich gegensätzliche Beispiele bezüglich der Häufigkeit der Verwendung von Smileys dar. Einerseits werden die Beiträge mit den Smileys überfüllt [11, 12, 18], andererseits treten gar keine oder nur einzelne auf.

Im Gegenteil zu den häufig genutzten Smileys kommen die Akronyme wie *lol* sowie Inflektive in dem Korpus gar nicht vor, was auf einen begrenzten Gebrauch bei den Bloggern hinweist.

Um ein Wort besonders stark zu akzentuieren wird die Iteration gebraucht. Auf diese Art und Weise wird die Intonation aus der mündlichen Kommunikation auf die Schriftsprache übertragen:

pokonać starsznie wieeeeeeeelkääääääääą górę [2]

Taaaaaaaaaaki ogień [5]

No i minus, duuży minus. [8]

Die Iteration betrifft in den Weblogs auch die Satzzeichen wie die Frage- oder Ausrufezeichen. Die Verwendung der angehäuften Fragezeichen in den Weblogs [14] und [28] wird unterschiedlich motiviert:

powiesz mi?? (sagst du mir??) [14]

wykazując słabą (???) znajomość języka przez Tuska? (hinweisend auf die schwache (???) Sprachkenntnisse von Tusk?) [28]

In dem ersten Beispiel handelt sich um eine Verstärkung des Ausgesagten – Geschriebenen – und in dem zweiten Fall unterstreicht der Autor, dass er unsicher

bezüglich der Richtigkeit der geschriebenen Information ist. Die Ausrufezeichen weisen dagegen auf eine erhobene Stimme hin:

NIE MA PIZZ ZA DARMO!!! (Es gibt keine Pizzas für umsonst) [7]

(...) że zjawisko to przybrało poważne rozmiary i nie mam na myśli Stanów, o nie!!! (dass dieses Phänomen eine enorme Größe angenommen hat und ich habe nicht die Staaten im Sinn, o nein!!!) [29]

Je Je Je Je JE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! [18]

Die Homophonie stellt bei den Weblogs eher einen spielerischen Umgang mit den Schriftzeichen dar. Hier dominiert die Ersetzung des polnischen Lautes ›ku‹ durch den nur in den Fremdwörtern verwendeten Buchstaben ›q‹ (q > ku), qumpela, domq, blogasq,

będziemy mogli poćwiczyć razem w domq. [4]

moja wychowawczyni to super qmpela! [4]

(...) że mnie zmobilizowała do pisania dalej notek na tym blogasq. [10]

Die Anwendung findet aber nicht durchgängig statt, sondern neben den Homophonieformen existieren in den gleichen Beiträgen auch die herkömmlichen Grapheme:

będziemy mogli poćwiczyć razem w domq. [4]

(...) tylko nie wiem jak się doczołgam do domku jutro (...) [4]

Hierzu kommen noch die bei den fremdsprachigen Elementen beschriebenen Formen der pseudoenglischen Transkribierung, in denen das zusammengesetzte Zeichen ›sz‹ durch die Buchstabenfolge ›sh‹ ersetzt wird:

(...) az mnie palushki bolały [5]

(...) i jush jest spoj [5]

Die Kombination von Zahlen und Buchstaben kommt nur in einem professionellen Weblog vor, wo die Ziffer 3 die ersten vier Buchstaben mit der gleichen Lautfolge in dem Verb *trzymać się* (zusammenhalten) ersetzt:

3mamy się już rok - jak macie chęć (i czas) to nadal się nas 3majcie. [27]

Neben den Smileys werden die Emotionen durch die lautnahe Transkribierung der nonverbalen Ausdrücke bzw. Interjektionen zurückgegeben. Das Lachen oder das Seufzen werden in Worten gefasst. Hier herrscht keine Einheitlichkeit bei der Wiedergabe der Laute, sondern es wird viel mehr beliebig geschrieben. So gibt es für Lachen entweder die Buchstabenfolge wie ›haha‹ oder ›hehe‹ und für Kichern ›hihi‹ oder ›hie hie hie‹. Die Länge der sich zu wiederholenden Sequenzen hängt mit der Länge der Reaktion zusammen:

Możecie do mnie mówić Techniku Cassius Hehe. [7]

Tak więc to był pierwszy powód do upadku pierwszego <hahaha> oczywiście Sylwisa! [4]

Przydadzą się fory u pani z angielskiego :) haha [17]

Hie hie hie co siem tam działa! [5]

hehs.... boshe jak ja sie ciesze :D

Das erwähnte Seufzen oder Überlegen sowie Abneigung oder Zufriedenheit werden für die Beschreibung der emotionalen Reaktion gebraucht:

heh nie dosc ze klima słabo działała [2]

**ehh luudzie... [2]**

WOW taka króciutka notka i aż 6 komentarzy. [4]

Ufff wszystko jest oki tylko za bardzo nie radzę sobie z »szaasą« czy jakoś tak... [4]

Hmm... oprócz linków nie ma żadnych. [8]

(..) i jak pomysle ze miało by kogokolwiek nie byc to wrrr az strach sie bac. [11]

Yeah mam wolną chatę :) [10]

heh bo nie krzywdzi sie swojej najpiękniejszej miłości...[12]

ehhh dużo za dużo [15]

ohh nie moge sie doczekac.. [14]

Diese emotionale Ausdrücke werden am meisten entweder direkt nach der Information, auf die sich beziehen, oder davor platziert.

Auf der syntaktischen Ebene lässt sich beobachten, dass sich die Weblogs durch den Gebrauch von einfachen Sätzen auszeichnen. 40% aller Sätze haben eine einfache Struktur. Dazu kommen noch Ellipsen 16%. Es handelt sich hauptsächlich um prädikatlose Aussagen:

Obok zdjęcie mojego osiedla, legendarnej dla niektórych »Redy« i zbliżenie na mój blok. (Neben zwei Fotos meiner Siedlung... [20])

Dwudniowe wyjście do leśniczówki dokładnie jutro. (Zweitätige Wanderung zum Forsthaus genau morgen [20])

Mało bezpośrednich starć, przewidywalne wypowiedzi. (Wenig direkte Auseinandersetzungen und vorhersehbare Aussagen [28]).

Subjektlose Sätze treten in den polnischen Weblogs nicht auf. Zwar werden in vielen Beispielen die Subjekte auf der Oberfläche nicht realisiert, für 1. und 2. Person muss das Subjekt aber sowohl in der gesprochenen als auch in der geschriebenen Sprache nicht hervorgehoben werden.<sup>33</sup> Aus diesem Grund wurden solche Sätze nicht als Ellipsen qualifiziert. Es gibt aber auch Sätze, in denen das Subjekt getilgt wurde: Mocno poobijana dochodzi do siebie w jednym ze szpitali. (Stark durchprügeltes kommt zu den Kräften in einem der Krankenhäuser. [23]). Da die Texte kohärent sind, lässt sich das Ausgelassene aus dem Vortext einfach erschließen. Die Anzahl an Ellipsen sinkt deutlich in den professionellen sowie in den von den Erwachsenen verfassten Weblogs. In denen kommen die komplexen Sätze häufiger vor und auch die einfachen Sätze zeichnen sich durch viel umfassendere Konstruktion aus.

Przecucie kategoryczności ludzkiego upodlenia po dokonaniu zła nurtowało człowieka na przestrzeni dziejów znajdując różnorodny wyraz również w sferze artystycznej.

(Die Vorahnung der Unabdingbarkeit der menschlichen Erniedrigung nach der Verübung des Bösen beschäftigte den Menschen im Verlauf der Jahrhunderte findend einen zahlreichen Ausgang auch in der künstlerischen Sphäre.<sup>34</sup>) [24]

In dem Weblog [24] befinden sich zahlreiche Beispiele für nicht nur komplexe sondern dabei auch sehr lange Sätze, die mit einer Partizipialphrase verbunden werden. Hier dominiert viel mehr ein Nominalstil. Dagegen werden in den privaten Weblogs, die am häufigsten einen Tagesablauf oder ein Geschehnis beschreiben, kurze Sätze gebraucht. Wie komplex die Sätze gebaut sind, hängt sicherlich von dem Thema, aber auch von dem Alter und dem Bildungsniveau des Verfassers ab. Hier

---

<sup>33</sup> Egel, Ulrich: Deutsch-polnische kontrastive Grammatik. S. 226.

<sup>34</sup> Es handelt sich hier um eine Übersetzung, die die Struktur des polnischen Satzes wiedergeben soll.



bestehen sehr große Differenzen zwischen einzelnen Weblogs, so dass eine umfassendere Untersuchung nötig wäre. Eine grobe Analyse hat jedoch ergeben, dass die einfachen Sätze dominieren.

Die privaten Weblogs, insbesondere die der Jugendlichen, weisen einen emotionalen Stil auf. Es werden viel mehr emotionale Ausdrücke sowie Smileys verwendet als in den professionellen. Dagegen zeichnen sich die professionellen Blogs durch einen sachlichen Stil aus, der oft viel mehr zu dem Thema der Beiträge passt. Die privaten Weblogs scheinen auch spontan geschrieben zu sein, dagegen die professionellen und die von den Erwachsenen verfassten Blogs weisen vielmehr einen durchdachten Aufbau auf und die veröffentlichten Informationen basieren auf einer genaueren Recherche der Autoren, die durch die Quellenangaben verdeutlicht wird.

### 5.5 Fazit und Perspektiven

Die noch relativ junge Kommunikationsform hat sich in einem raschen Tempo entwickelt und sofort viele Anhänger gefunden. Nichtsdestoweniger scheinen die Weblogs in Polen noch nicht ihre Höchstform erreicht zu haben. Das größte Interesse haben die Internettagebücher bei den Jugendlichen gefunden, von denen sie auch als solche empfunden werden und demzufolge stellen die veröffentlichten Texte persönliche Erlebnisse dar. Nur einige wenige nutzen die Internetseiten zur Präsentation eigener Interessen. Anders werden die Weblogs von den erwachsenen Internetnutzern behandelt. Sie sehen sie als eine Möglichkeit eigene Meinung z.B. zu den politischen Ereignissen zu äußern oder eigenes Wissen aus anderen Themenbereichen vorzustellen. Sie berichten über Neuigkeiten aus der Computerbranche oder über Testergebnisse der neuen Programme. Die möglichen Themen werden den Bloggern

nicht vorgegeben und durch keinerlei Regeln beschränkt, so dass jeder ihren persönlichen Interessen nachgehen kann.

Die linguistische Untersuchung hat gezeigt, dass die Weblogs Differenzen bezüglich der verwendeten Sprache aufweisen. Dennoch kommen einige Phänomene immer wieder vor. Vor allem die jungen Blogger gehen mit der Sprache spielerisch um und bilden entweder neue Ausdrücke oder verändern die Schreibweise, was auf eine beabsichtigte Abweichung von der Standardsprache hinweist. Darüber hinaus lassen sich viel häufiger die Einflüsse aus der Umgangssprache sowie der verstärkte Gebrauch der umgangssprachlichen Anglizismen bei den privaten Blogs beobachten. Im Gegensatz zu den professionellen Weblogs zeichnen sich die privaten durch die Verwendung der Graphostilistik aus, was einen persönlichen Charakter den Blogs verleiht.

Der hypertextuelle Aufbau zeigt viel weniger Unterschiede, weil er mehr oder weniger von den Weblog-Hostern vorgegeben wird. Die Einbindung der einzelnen Navigationselemente wird dem Autor überlassen, so dass die Weblogs unterschiedlich ausgestattet sind. Auch die Anzahl der Links sowie Verwendung anderer interaktiven Elemente hängen von dem Blogger ab. Die umgekehrte zu der chronologischen Reihenfolge der Beiträge und die Kommentarmöglichkeit werden jedoch charakteristisch für die gesamte Blogosphäre.

In den Artikel über polnische Blogosphäre wird immer wieder beklagt, dass sie von den persönlichen Internettagebüchern und von der Graphomanie der Teenager dominiert ist. Cywińska-Milonas meint, dass es endlich aufgehört werden soll, diese Meinung weiter zu verbreiten. Die Weblogs sollen als Werkzeug gesehen werden, das die effektive Kommunikation ermöglicht, sowie als festes Element der Firmen-Homepage, das für die erfolgreiche Public Relation genutzt werden kann.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> <http://www.gazeta-it.pl/zw/blog.html>

Die weitere Entwicklung der neuen Technologien wird sicherlich auch Veränderungen in der Blogosphäre mit sich hinbringen. Schon heutzutage besteht die Möglichkeit ein Blog vom Handy her zu aktualisieren, was einen schnelleren und direkten Zugriff auf die Blogs erlaubt. Dies wird wahrscheinlich einen Einfluss auf die Struktur der Texte sowie auf die Sprache haben.

### Literatur/Internetadressen

- Cywińska-Milonas, Maria: Jej.notatnik.net: <http://cywinska.pl/http://cywinska.pl/>  
Cywińska-Milonas, Maria: Blog narzędziem dla e-biznesu. GazetaIT.pl: <http://www.gazeta-it.pl/zw/blog.html>  
Egel, Ulrich: Deutsch-polnische kontrastive Grammatik. Bd. 1 und 2 Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.  
Gruszczynski, Włodzimierz: Czaty w sieci, »Dialog« 2, 2001, s. 137-145; [przedruk pt.] Czaty w sieci, czyli o polskich zwyczajach językowych w Internecie, [w:] Spotkania nie tylko literackie, Wydawnictwo Piotra Marciszuka »Stentor«: Warszawa 2001, s. 209-223.  
Meller, Anna: Blogi polską potęgą? <http://www.idg.pl/news/58299.html>  
Izdebska, Katarzyna: Blogi – pamiętniki naszych czasów.  
Konowracka, Dorota: Blogosfera. Archivum IDG: [http://www.idg.pl/artykuly/48507\\_1.html](http://www.idg.pl/artykuly/48507_1.html)  
Kowalkiewicz, Marek: Glob blogów. GazetaIT.pl: [http://www.gazeta-it.pl/archiwum/git11/glob\\_blogow.html](http://www.gazeta-it.pl/archiwum/git11/glob_blogow.html)  
Krakowiak, Ludwik: Blogować każdy może: <http://www.pcworld.pl/news/76231.html>  
Tkaczyk, Paweł: Blogowa kultura: <http://paweltkaczyk.midea.pl/>  
Bachnik, Wiktor; Szymczyk, Stanisław [u.a.]: Quantitative and sociological analysis of blog networks: <http://th-www.if.uj.edu.pl/acta/vol36/pdf/v36p3179.pdf>  
Dwa lata za Ameryką: Archiv Business Week, Nr. 10/2005 (174): <http://www.businessweek.pl/search/?O=2166&frazza=blog>  
Słownik ortograficzny języka polskiego wraz z zasadami pisowni i interpunkcji. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. (1975).

#### Internetadressen:

- Blog-Hoster Onet.pl: <http://blog.onet.pl/>  
Blogosłownik.pl: <http://blogosloownik.blox.pl/html/>  
Moblog.pl: <http://www.moblog.pl/>  
Nextmedia.pl: <http://nextmedia.blog.pl/archiwum/index.php?nid=9785744>  
Nokia.pl: <http://www.nokia.com.pl/nokia/informacje/prasa/2005/prasa0453.html>  
Wikipedia.pl: <http://pl.wikipedia.org/wiki/Blog>

## Anhang

Nr.	Thema	Adresse	Titel
1		<a href="http://www.isia1804.mblog.pl/">http://www.isia1804.mblog.pl/</a>	Ohne Titel
2		<a href="http://www.amacariel.mblog.pl/">http://www.amacariel.mblog.pl/</a>	Onen i-Estel Eldar, u-chelin Estel anim!
3	Musik	<a href="http://www.anka142.mblog.pl/">http://www.anka142.mblog.pl/</a>	nirwynczyki gora
4		<a href="http://www.adam1990.mblog.pl/">http://www.adam1990.mblog.pl/</a>	Ohne Titel
5		<a href="http://www.patrynia92.mblog.pl/">http://www.patrynia92.mblog.pl/</a>	BLOG w stylu brazylijskim!
6	Unterhaltung	<a href="http://www.andrzej.mblog.pl/">http://www.andrzej.mblog.pl/</a>	andrzej owning blog
7	Sport	<a href="http://www.cassius.mblog.pl/">http://www.cassius.mblog.pl/</a>	...: EL VIVA BARCA ... - Blog Cassiusa
8	Wettbewerb	<a href="http://www.winka-oceny.mblog.pl/">http://www.winka-oceny.mblog.pl/</a>	Winka-Oceny
9		<a href="http://www.adadada.mylog.pl/">http://www.adadada.mylog.pl/</a>	
10		<a href="http://www.adwil.mylog.pl/">http://www.adwil.mylog.pl/</a>	
11		<a href="http://www.bleee.mylog.pl/">http://www.bleee.mylog.pl/</a>	...jesli wiara czyni cuda
12	Tagebuch	<a href="http://www.aniolkowyswiat.mylog.pl/">http://www.aniolkowyswiat.mylog.pl/</a>	Poprostu niebieski kwiatek
13	Weibliche	<a href="http://www.ciastka-i-herbata.mylog.pl/">http://www.ciastka-i-herbata.mylog.pl/</a>	Would yuo like a cuo of tea
14		<a href="http://nlog.org/view.php?user=avani">http://nlog.org/view.php?user=avani</a>	
15	Computer und Internet	<a href="http://adas.jogger.pl/">http://adas.jogger.pl/</a>	Ktos, kto to jablko zjadl...
16		<a href="http://agatan.jogger.pl/">http://agatan.jogger.pl/</a>	
17	Film	<a href="http://www.mary-kate13.mylog.pl/">http://www.mary-kate13.mylog.pl/</a>	M-K and Ash
18	Sport	<a href="http://www.martuskaaa.mylog.pl/">http://www.martuskaaa.mylog.pl/</a>	A.C.Milan
19	Musik	<a href="http://www.britney.mylog.pl/">http://www.britney.mylog.pl/</a>	Britney Spears
20		<a href="http://egree.jogger.pl/">http://egree.jogger.pl/</a>	
21	Politik und Wirtschaft	<a href="http://oprzecinek.blox.pl/html">http://oprzecinek.blox.pl/html</a>	Kometaze O tym, co czytam, słucham i oglądam w mediach. I zamiast miotać w przestrzeń przekleństwa, wolę odreagować kulturalnie przy użyciu bloga.
22	Bildung	<a href="http://naukowcy.blox.pl/html">http://naukowcy.blox.pl/html</a>	Naukowcy bez granic
23	Wirtschaft	<a href="http://recycling.blog.onet.pl/">http://recycling.blog.onet.pl/</a>	Recycling-recykling-recyclage
24	Kultur	<a href="http://epitafium.blox.pl/html">http://epitafium.blox.pl/html</a>	Marność nad marnościami
25	Regional	<a href="http://warszawski.blox.pl/html">http://warszawski.blox.pl/html</a>	warszawski
26	Computer	<a href="http://bigo.pcworld.pl/">http://bigo.pcworld.pl/</a>	IT notatki bez okładki
27	Hauptsächlich Computer	<a href="http://dziennikarski.blog.pl/">http://dziennikarski.blog.pl/</a>	To freelancerzy freelancerom zgotowali ten los
28	Politik	<a href="http://newsweek.redakcja.pl/blogi/blog.asp?AutorBloga=M_Karnowski">http://newsweek.redakcja.pl/blogi/blog.asp? AutorBloga=M_Karnowski</a>	O co naprawdę w tym wszystkim chodzi

Nr.	Thema	Adresse	Titel
29	Neue Technologie und Medien	<a href="http://nextmedia.blog.pl/">http://nextmedia.blog.pl/</a>	nextmedia
30	Kultur und Politik	<a href="http://newsweek.redakcja.pl/blogi/blog.asp?AutorBloga=P_Bratkowski">http://newsweek.redakcja.pl/blogi/blog.asp?</a>	Co poeta robi w newsweeku
		AutorBloga=P_Bratkowski	

## 6 **SPRACHLICHE UND TEXTUELLE ASPEKTE IN PORTUGIESISCHEN WEBLOGS**

### Summary

Weblogs have boomed in Portugal in the last few years and play nowadays an ever growing role in communicative exchanges both in the private and in the social domains. In opposition to other electronic communication forms, such as emails and chats for example, weblogs can be considered as highly heterogeneous communication forms profiling divergent structural, semantic and stylistic configurations. However, among the differently configured profiles a set of clear-cut common features can be clearly identified. On the one hand, blogs show a tendency for discourse »blending«, resulting from the integration of several features stemming from other forms of communication such as diaries, essays and political commentaries. Furthermore, evidences of both playful und experimental usage of grammatical and orthographic rules can be advocated. As we have found, the most outstanding and attractive feature of blogs is rendered by the underlying relaxing attitude towards rule-governed frames on behalf of the bloggers, challenging existing structural restraints.

## 6.1 Blogosphäre in Portugal

Das Phänomen »Weblog« erweckt auch in Portugal zunehmend öffentliches Interesse und gewinnt sowohl als Ausdrucksweise subjektiv geprägter Reflexion und Kommentierung wie auch als alternative Form journalistischer Tätigkeit an Bedeutung. Glaubt man der Statistik<sup>1</sup>, so haben allein in den ersten 4 Monaten des Jahres 2004 398.000 Portugiesen mehr als 27.000 Blogseiten besucht. Hinsichtlich der Zahl der aktuell existierenden Blogs wird im Einladungstext der UBI (=Universidade da Beira Interior) zum 2. Kolloquium über Weblogs von 45.000 Blogs gesprochen, während João Canavilhas, einer der Experten für Neue Medien und Computer gestützte Kommunikation in Portugal,<sup>2</sup> in einem jüngst veröffentlichten Artikel (2005: 2) sogar von 90.000 Blogs ausgeht, von denen allerdings nur (?) 25.000 in den letzten 30 Tagen des Jahres 2004 aktualisiert worden seien. Auch wenn man diese Angaben auf Grund fehlender genauer Quellenangaben und der starken Schwankungen hinsichtlich der behaupteten Zahlen mit Vorsicht genießen sollte, so dürfte es über den exponentiellen Verlauf der Entwicklung kaum Zweifel geben. Dieses explosionsartige Anwachsen ist darum umso erstaunlicher, weil nach dem ersten 1999 in Portugal ins WWW gestellten Blog Macacos Sem Galho - Das Blog ›Affen ohne festen Platz‹ wurde inzwischen eingestellt - erst im Laufe des Jahres 2003 die Anzeichen eines Boomens dieser Kommunikationsform deutlich werden. Die Zahl steigt in diesem Jahr von 174 Blogs im Januar bis zu 2.724 im November<sup>3</sup>. Ins Jahr 2003 fällt auch die Einrichtung des Blogs Abrupto des renommierten Journalisten Pacheco Pereira, durch den das Phänomen ›Weblog‹ erstmalig einer

---

<sup>1</sup> Die oben erwähnten Zahlen stammen aus einem im Weblog Jornalismo Digital von E. Barbosa am 3. Juni 2005 ins Netz gestellten Posting mit dem Titel 'Blogs em Portugal'. Sie basieren auf der Studie Netpanel der On-Line Marketing Zeitschrift Markttest.com.

<sup>2</sup> João Canavilhas unterrichtet als Dozent an der Abteilung 'Kommunikation und Kunst' der UBI in Covilhã.

<sup>3</sup> Die statistische Angaben sind dem Aufsatz von Canavilhas (2005) und dem Buch von Barbosa / Granada (2004) entnommen. Die Zahl 2.724 entstammt einer der ersten verlässlichen Auflistungen mittels der Webseite bloco notas von Blogs in Portugal und entspricht dem Stand am 11. November 2003, dem letzten Tag des Erscheinens dieser Liste; vgl. Barbosa/Granado (2004:26).

breiteren Öffentlichkeit bekannt wird. Im Folgenden einige weitere Indikatoren für das wachsende öffentliche Interesse der Weblogs in Portugal: a) Die im Vorjahr erfolgte Parlamentsauflösung durch den Staatpräsidenten Sampaio und die folgenden Neuwahlen werden von einigen der beteiligten Politiker per Weblog diskutiert<sup>4</sup>. b) Das portugiesische Parlament stellt ihren Abgeordneten ein eigenes Blog Sistema de blogs da Assembleia da República zur Verfügung. c) Zeitungen und Fernsehsender nehmen zunehmend Bezug auf bestehende Blogs oder richten selber Blogs ein, wie z.B. das Blog Quadratura do Círculo des Fernsehsenders SIC, oder das Blog Kultoder die größte Tageszeitung Portugals, dem Público. d) Eine besonders wichtige Funktion übernehmen die Blogs als alternative Informationsquellen und Diskussionsforen zu Ereignissen, die von den offiziellen Medien augenscheinlich falsch oder verzerrend dargestellt wurden, wie dem angeblichen Massenüberfall von Badegästen durch schwarze Jugendliche an einem Strand Lissabons im Juli diesen Jahres<sup>5</sup>.

Aber auch auf wissenschaftlicher Ebene spiegelt sich das wachsende Interesse der portugiesischen Öffentlichkeit an den Weblogs. So findet am 14. und 15. Oktober dieses Jahres in Covilhã an der UBI (= Universidade da Beira Interior) bereits das 2. Treffen zum Thema Weblog in Portugal statt. Neben zahlreichen Artikeln zum Thema sind inzwischen auf dem portugiesischen Büchermarkt auch zwei Titel erschienen, im Jahr 2003 ›Blogs‹ von Paulo Querido und Luís Ene, und 2004 ›Weblogs Diário de Bordo‹ von Elisabeth Barbosa und António Granado.

Einige Informationen zum Profil der portugiesischen Blogger liefern uns die Studien von Joana Baptista (Baptista 2004) und Hugo Naves da Silva (Naves da Silva

---

<sup>4</sup> Als Beispiele die Blogs von Paulo Portas, dem damaligen Vorsitzenden der rechtsliberalen Partei-koalition CDS/PP, und der damaligen Regierungspartei PSD unter Pedro Santana Lopes.

<sup>5</sup> Am 10. Juli 2005 berichtete zunächst das Fernsehen, am nächsten Tag aber auch die Presse, Hunderte von schwarzen Jugendlichen hätten Badegäste belästigt, geschlagen, bedroht und ausgeraubt. In den folgen Tagen erwies sich diese in den Medien groß herausgestellte Meldung als übertrieben bis falsch. Zur Entlarvung dieser ›Ente‹ trägt wesentlich das Internet mit bei (vgl. das On-Line Video *era uma vez um arrastão* (= es war einmal ein Überfall) von Diana Andringa, aber auch die kritische Kommentierung der Ereignisse in verschiedenen Blogs. Ein Sammlung verschiedener Posts zum Thema im Weblog Barnabé.



2005), die diese Untersuchungen in einem Blog O Fenómeno dos Blogs em Portugal bzw. im Falle da Silvas in der On-Line Bibliothek boccc der UBI veröffentlicht haben. Diese Studien basieren auf Umfragen unter den Bloggern mit 130 ausgefüllten

Blogosphäre in Portugal
<b>Infos zu portugiesischen Blogs</b>
<p><a href="#">weblog.com.pt</a> [359] ist ein wichtiges Portal zu portugiesischen Blogs. Zur Einrichtung von Blogs von den Portugiesen oft benutzte Hosters sind <a href="#">Blogspot</a> [341], <a href="#">SAPO</a> [360], oder <a href="#">Blogger</a> [341]. Bei <a href="#">FCCN</a> [361] handelt es sich um die für die Registrierung individueller Blogadressen verantwortliche Institution. Informationen zum Profil portugiesischer Blogger bei <a href="#">Baptista</a> [362] und <a href="#">Hugo Naves da Silva</a> [363].</p>
<b>Ausgewählte Blogs</b>
<p>Politischer Blog <a href="#">Abrupto</a> [364], der an den Fernsehsender SIC angebundene Blog <a href="#">Quadratura do Círculo</a> [365], der sich an Kinder richtende Blog der größten Tageszeitung Publico <a href="#">Kulto</a> [366], die Online Zeitschrift <a href="#">Jornalismo Digital</a> [367], sprachlich besonders von der Normalsprache abweichend die Blogs <a href="#">Drum&amp;Bass</a> [368] und <a href="#">Catedral</a> [369], <a href="#">Parlamento</a> [370] ist der Blog des portugiesischen Parlaments.</p>
<b>Statistisches zu portugiesischen Blogs</b>
<p><a href="#">João Canavilhas</a> [371] analysiert die portugiesische Blogosphäre. Weiter-e statistische Angaben zu zahlreichen Aspekten der Blogs in Portugal bei <a href="#">Bloco Notas</a> [372]. Umfangreichere thematisch oder chronologisch geordnete und zum Teil kommentierte Listen portugiesischer Blogs (portugiesisch = „Lista de blogs“) findet man über die Einstiegsseite von <a href="#">AEIOU</a> [373], <a href="#">SAPO</a> [374] sowie bei <a href="#">Weblog.pt</a> [375].</p>
<b>Weblog-Lexikon und Weblog-FAQ</b>
<p>Bei <a href="#">AEIOU</a> [376] findet sich ein Glossar mit wichtigen portugiesischen Termini der Blogosphäre; eine übersichtliche Einführung zur Einrichtung, zum Funktionieren und zur portugiesischen Blogosphäre bei <a href="#">bloggo.logoexisto</a> [377], Hilfe zur Einrichtung und Führung von Blogs bei <a href="#">Ajuda</a> [378].</p>
<b>Publikationen</b>
<p>Barbosa/Granado (2004), Querido / Ene (2003).</p>

Fragebögen bei Baptista und 100 bei da Silva. Hier einige der wichtigsten Ergebnisse beider Studien in Zusammenfassung: Baptista kommt zu dem Schluss, dass a) die meisten der Blogger zwischen 25 und 39 Jahre alt sind, b) ein Großteil aus den Berufsgruppen der Journalisten, Lehrer und Studenten kommt, c) die meisten Blogger durch den Wunsch motiviert sind, ihre Meinungen kund zu tun, und d) mehr

Männer als Frauen in der Blogosphäre zu finden sind. Da Silva stellt darüber hinaus fest, dass e) 85,9% täglich und 26,3% sogar mehrmals täglich ihre Blog aktualisieren (dabei verwenden die Blogger zwischen 30 Minuten und mehreren Stunden täglich für diese Aufgabe), f) fast 90% der Blogger regelmäßig die ihnen zugeschickten Kommentare lesen und auch auf sie antworten, g) 97% der Blogger begeisterte Leser von anderen Blogs sind, h) 79% auch regelmäßig Kommentare zu den von ihnen gelesenen Einträgen dieser Blogs schreiben, i) nur 24% ihre Blogs streng thematisch ausrichten, während der Rest in ihren Blogs alle möglichen Inhalte abhandeln, und dass j) die Mehrheit von 57,8 Prozent der Blogger an zwei oder mehreren Blogs beteiligt ist.

### 6.2 Empirische Basis

In Ermangelung einer einzigen (Stand Ende Juni 05) konsequent geführten Liste mit allen in Portugal registrierten Weblogs, mussten wir zur Zusammenstellung des Korpus auf verschiedene Listen zurückgreifen, die man bei den in Portugal beliebten Internetanbietern AEIOU und SAPO sowie bei dem für Portugal zentralen Portal für Weblogs Weblog.com.pt finden kann bzw. finden konnte<sup>6</sup>. Jede dieser Listen enthält bzw. enthielt Hunderte von Blogs. So waren am 11. Juni bei AEIOU 727 , bei SAPO 578 und Weblog.com.pt 905 Einträge verzeichnet, wobei SAPO und AEIOU jede dieser Registrierungen mit einem Kurzkomentar versahen.

Es erwies sich dann als relativ schwierig, bei der Auswahl der für das Korpus zu berücksichtigenden Blogs von einem durchgängig angewendeten Zufallsprinzip auszugehen, wie z.B. der Berücksichtigung jedes 15. oder jeden 30. Blogs. Der konsequenten Anwendung dieses Prinzips stand im Wege, dass viele der Blogs a) keinen hinreichend umfangreichen Text aufwiesen, b) total veraltet waren (es wurden

---

<sup>6</sup> SPAO hat inzwischen (Stand 19-9-05) diese Nebenseite aufgegeben und die frühere Auflistung durch die Seite Tops ersetzt, auf der man a) die 25 zuletzt aktualisierten Blogs, b) die 25 meist besuchten und c) die 10 zuletzt eingerichteten Blogs findet.

schließlich nur die Blogs aufgenommen, die mindestens noch Einträge bis zum Juni 2005 aufwiesen), c) dass viele Blogs nur aus reiner Pornographie bestanden, d) die Blogs unter der angegebenen Internetadresse oft nicht mehr zu finden waren, etc. Ausgehend vom Prinzip, dass es für die Studie sicher von Interesse ist, eine gewisse thematische und formale Bandbreite der für das Korpus ausgesuchten Blogs zu erzielen, wurde darum als »Korrektiv« für die Auswahl auch die kritische Einschätzung des Auswählenden mit herangezogen, der auf die Erfahrung zurückgreifen kann, in den letzten Wochen bereits Hunderte portugiesische Weblogs kennen gelernt zu haben.

Der weitaus überwiegende Teil der Blogs (21) unseres Korpus ist bei [Blogger.com](http://Blogger.com).pt (Endung: [blogspot.com](http://blogspot.com)) untergebracht<sup>7</sup>, 5 Blogs finden sich bei [Weblog.com.pt](http://Weblog.com.pt) und 3 bei [SAPQ](http://SAPQ), während in nur einem Fall eine individuelle Eintragung mit eigener Webadresse vorliegt, nämlich des Blogs Macacos Sem Galho (Erscheinen inzwischen eingestellt).

### 6.3 (Hyper)textueller Aufbau

Wie andere Computer basierte Formen der Kommunikation sind auch die Blogs wesentlich durch *Interaktivität*, *Vernetzung* und *Multimedialität* bestimmt. Einer nähere Beschreibung ihrer hypertextuellen Struktur nehmen wir unter den folgenden Gesichtspunkten vor: a) Anonymität, b) Elemente ihrer Interaktivität, c) bestehende Vernetzung außerhalb und innerhalb des Blogs, d) Multimedialität, e) Layoutgestaltung und f) Rubrikbezeichnungen. Hinsichtlich der *Anonymität* der Blogs (a) ergibt sich folgendes Bild: Die Identität des Bloggers durch direkte Angabe des Namens erfolgt in nur 2 Fällen. 15 der Blogger bleiben anonym, wobei nur ein Blogger unter einem Pseudonym auftritt. In 8 Fällen erfährt man Näheres über seine bzw.

---

<sup>7</sup> Dem man Glossar von AEIOU folgt, sind heute (Stand 19-9-05) rund 75 aller Blogs durch den Blogger untergebracht; ein Umstand der darauf zurück zu führen ist, dass die Registrierungen kostenlos erfolgen. Vgl. die Eintragung unter dem Stichwort Blogspot im Glossar von AEIOU.

ihre Person (Geschlecht, Alter, Herkunft, Beruf, Hobbies, etc ) durch Links, die zu Webseiten mit diesen entsprechenden Angaben führen. Nur in einem Fall (Blog [14]) wird auf dieser Seite auch der Name des Bloggers direkt genannt. Bei den 5 *moderierten Blogs* ergibt sich folgende Situation: Blog [26] enthält namentlich identifizierte Einträge, in Blog [27] bleibt der Journalist der Redaktion, der die Einträge schreibt, anonym. Die Einträge des Blogs [28] erscheinen unter Namen des Moderators. In Blog [29] gibt es eine Mischung namentlich identifizierter aber auch unter einem Pseudonym erscheinender Einträge, und in Blog [30] schließlich zeichnet das Sekretariat der Partei für die Einträge verantwortlich. (b) *Elemente ihrer Interaktivität*: Der Austausch in Form von *Kommentaren* scheint zum Standard der hypertextuellen Ausrüstung zu gehören. Nur 6 Blogs verfügen nicht über diese Möglichkeit, während *Gästebücher*, in denen sich Besucher in allgemeiner Weise zum Blog äußern können, nur in Blog [19] und [25] vorhanden sind. (c) *Vernetzung*: Für den internen Bereich des Blogs finden sich in fast allen Blogs *Archive* mit bereits veröffentlichten Einträgen, Listen mit besonders lesenwerten oder erst kürzlich erfolgten Einträgen. Die nach außen gehende Vernetzung zielt auf andere befreundete oder themenverwandte Blogs, wobei diese Blogs dann wieder auf sehr vielfältige Weis bezeichnet und klassifiziert sind. In 7 Fällen leitet diese Außenvernetzung zu anderen Blogs, die jeweils vom selben Blogger herausgegeben werden. Fast alle Blogs ermöglichen eine Verbindung zu der Webseite, bei der sie jeweils untergebracht sind oder durch die sie mit der Software für ihre äußere Gestaltung ausgerüstet werden. Auch die Verlinkung mit Webseiten zur statistischen Erfassung des Blogs (*Counter*) ist für fast alle Blogs vorhanden. Eine etwas außergewöhnliche Form statistischer Erfassung bietet die Webseite (*Geoloc*), über die man erfahren kann, aus welchen geographischen Bereichen das Blog im Moment besucht wird (in 2 Blogs). Weitere 9 Blogs enthalten Informationen darüber, von welchen anderen Blogs aus in den letzten 24 Stunden Links zum eigenen Blog hergestellt worden sind und umgekehrt (= Referring Web

Pages/List referrers to your own site). Die Möglichkeit von *Trackbacks* bieten nur 6 Blogs und die Möglichkeit, über RSS Informationen bereitzustellen, existiert in keinem der untersuchten Blogs.

Neben der unübersichtlichen Fülle vereinzelter Links, die eine Verbindung zu blogexternen Inhalten herstellen – wie z.B. auf die Webseite des Fußballclubs Sporting, auf Amnesty International, Human Rights Watch, das portugiesische Finanzamt, das Ministerium für Umweltschutz, auf Buchrezensionen, einen Tierschutzverein, etc. –, gibt es jeweils häufigere Belege für folgende Einbindungen : *Suchfunktion* (23 mal), *Kalender* (7 mal), *Nachrichten* (4 mal), *Wetterberichte* (3 mal), *Umfragen* (3 mal), *Musik* als Listen anklickbarer Musiktitel oder Einbindung eines Real Players (5 mal), Links auf *MSN* und *ICQ* (2 mal), *On Line Radios* und *On Line Zeitungen* (5 mal) sowie *Uhrzeit* mit Weiterleitung zu einer Webseite mit Angaben zur Weltzeit (2 mal).

(d) *Multimedialität*: 12 der untersuchten Blogs bestehen ausschließlich aus Texten (zu mindestens gilt das für die jeweils in diesen Blogs zur Analyse herangezogenen Einträge), 11 sind textlastig und 7 bildlastig, d.h., dass mindestens die Hälfte dieser Einträge von Bildern begleitet wird. In allen Fällen stehen die Bilder (Photos, Zeichnungen, Karikaturen, Poster, CD Cover) in einem inhaltlich-komplementären Bezug zum Text der Einträge.

(e) *Layout*: Am häufigsten (25 mal) findet sich eine ›2-Säulen-Form‹, d.h. dass links (8 mal) oder rechts (17 mal) neben dem eigentlichen Text die das Blog begleitenden und organisierenden Elemente zu finden sind. Nur in zwei Fällen gibt es 3 Säulen, und 3 Mal besteht das Blog sogar nur aus einer Säule, wobei die entsprechenden begleitenden Rubriken sich unter den Einträgen am Ende des Blogs befinden.

(f) Interessant ist es, welche Phantasie die portugiesischen Blogger an den Tag legen, wenn es um die *sprachliche Bezeichnung der Rubriken* in ihren Blogs geht. In einigen Fällen bleibt man bei den von den entsprechenden Webseiten bereitgestell-

ten englischen Termini wie: *Comments, Previous Posts, Archive, Contributors, about me* etc. Daneben aber finden sich aber auch originellere Umschreibungen auf Portugiesisch wie: *Mensagem de Natal* (Weihnachtsbotschaft statt Gästebuch), *tralha antiga* (›alte Klamotten‹ für ältere Eintragungen), für die Rubrik Kommentare *duvidaram estes todos* (wörtlich ›alle diese hatten Zweifel‹ statt *comments*) oder *escreve aqui um* (schreib hier mal was). Als Bezeichnung für einen Link, über den man Näheres zur Person des Bloggers erfahren kann, findet man *Que tipo de gato es tu* (zu welchem Typ Katze gehörst du denn), und als Bezeichnung für eine Liste anderer vom Blogger empfohlenen Blogs *casas a visitar* (zu besuchende Wohnungen).

### 6.4 Sprachliche Aspekte und Merkmale

Interessant ist es zunächst zu sehen, zu welchen *Wortbildungen* verschiedene Begriffe geführt haben, die für das sprachliche Handeln in der portugiesischen Blogosphäre von zentraler Bedeutung sind: Dem Begriff *Blog* entsprechen im Portugiesischen die konkurrierenden Formen *blog* und *blogue*<sup>8</sup>, bzw. im Plural die Varianten *blogs/blogues* sowie mit einem Beleg auch *blog's* (in *Blog* [25] des Korpus). Für das Wort *Blogger* werden neben *blogger* die Bildungen *blogueiro, bloguista* und *blogador* benutzt; im Plural erscheint auch einmal *Bloggers* (*Blog* [7]). Als Adjektiv dient die Bildung *bloguista*. Für den Plural von *Post* findet man sowohl *Posts* als auch *Postes*, wobei letztere Form mit der Einfügung des -e- sich daraus ableitet, dass portugiesische Worte normalerweise nicht auf einen Verschlusslaut enden.

Als Subklassen der Blogs findet man *warlogs* (= Blogs, die als Thema kriegsrische Konflikte behandeln), *fanzines* oder *cinéblogs* (= Blogs zum Thema Kino), *flog* als Abkürzung für *photoblog* bzw. *photolog*, *erogs* (Blogs mit erotischem Inhalt) und *vlogs* (= Videoblogs) mit den abgeleiteten Formen *vloger* (= jemand der seine Videos in Blogs

---

<sup>8</sup> Das [u] hinter dem [g] von ›blogue‹ muss entsprechend den orthographischen Regeln des Portugiesischen stehen, weil sonst dieser Verschlusslaut [g] bei direkt folgendem [e] wie ein Frikativ [j] ausgesprochen würde.

verbreitet), *post vlog* (= das durch ein Post verbreitete Video) und *vlogosfera*. Bei der Form *moblogs* handelt es sich eine Kontamination aus *blog* und dem portugiesischen Worte *telemóvel* (= für Handy). Als *blogospaço* wird der im Internet für die Blogs reservierte Platz bezeichnet, und das port. *blogoesfera* entspricht dem Deutschen *Blogosphäre*. In Sätzen wie *eu blogged essa ideia* wird sogar eine mittels des englischen Morphemsystems gebildete Vergangenheitsform ohne besondere Kennzeichnung einfach in den Kontext eines portugiesischsprachigen Syntagmas eingesetzt. In Konkurrenz zu dieser Bildung finden sich aber auch Ableitungen mittels der portugiesischen Infinitivendung *-ar* zu *blogar* und *postar* zu *postar* mit den entsprechend konjugierten Formen wie z.B. *bloguei* (= ich habe gebloggt) und *postei* (= ich habe einen Eintrag in ein Blog geschrieben).

Die analog zum Begriff *Alcoólicos Anónimos* (= Anonyme Alkoholiker) gebildete Form *Blogólicios Anónimos* zur Bezeichnung von Menschen, die den Weblogs in krankhafter Weise verfallen sind, zeigt, wie unbeschwert und spielerisch mit dem Lexem *blog* und anderen entlehnten Morphemen aus dem Wortfeld der Blogosphäre umgegangen wird, die als Basis für zahlreiche Neubildungen – Derivationen und Komposita – eingesetzt werden.

Zu den in den Blogs behandelten *Themen*: Die Palette der Inhalte der Blogs reicht über die Themen Politik, Musik, Waldbrände, Kunst, Comics, Fußball, Reklame, Filme, Bücher, Erotikmesse, Haustiere, Graffiti, eigene Gefühle, Discos Strand- und Nachtleben etc. bis hin zur Kommentierung der neusten Skandale um João Jardim (Präsident der 'autonomen Region Madeiras', der als Skandalpolitiker in Portugal für ebenso viele Schlagzeilen sorgt, wie F.J. Strauss zu seinen Zeiten in Deutschland). Einige der Blogs orientieren sich an einer konventionellen Schreibweise und weisen eine *hohen Informationswert* auf (insbesondere die Blogs [6],[ 7], [10], [14], [18], [22], [26], [28], [30]), andere verbinden das Bemühen um die Vermittlung sinnvoller Informationen mit einem *unkonventionellen, spielerischen* Stil ([2], [5], [12], [16], [19]),

wobei sie aber auch oft Gefahr laufen, in ein ziemlich oberflächliches bis dummes Geschreibsel<sup>9</sup> abzugleiten ([9], [11], [13], [15], [20], [21], [25]). Als anschauliches Beispiel einer solchen pseudophilosophischen Reflexion die folgende Sequenz aus Blog [12]: *Um gajo andar descascado pela casa o dia todo tem um não sei quê de se encontrar um bocadito consigo, um regresso qualquer a um pormenor substantivo* (= Jemand läuft also den ganzen Tag entblättert durch seine Wohnung, um irgendwie ein wenig zu sich selbst zu finden, irgendeine Rückkehr zu einer substantivischen Kleinigkeit?).

Nach einer ersten Durchsicht und Durcharbeit des empirischen Materials gelangt man zunächst zu der Erkenntnis, dass es sich bei den vorliegenden Blogs unter inhaltlichen, sprachlich-formalen und stilistischen Aspekten um sehr heterogene Gebilde handelt, ein Umstand, den man anschaulich durch den Slogan *Jeder Blog ist ein Blog* ausdrücken könnte. Um trotzdem zu weiter differenzierenden Aussagen zu gelangen, erwies sich das Anlegen ein weiteren Beobachtungsrasters in Form von *3 Arbeitshypothesen* als sinnvoll. Erst durch die Überprüfung der Richtigkeit dieser Thesen am empirischen Material gelingt es, dem Blick des Beobachters die notwendige Schärfe für weitere detaillierte Beobachtungen und Aussagen zu den sprachlichen Charakteristika der Blogs zu verleihen.

*Zur Hypothese 1:* Die Sprache der weitaus überwiegenden Mehrzahl der Blogs weist Merkmale auf, die – wenn auch jeweils in einem unterschiedlichen Maß – an die Dialoge eines Gesprächs erinnert, was darauf schließen lässt, dass sich beide Kommunikationsformen von ihrer Konzeptionalisierung<sup>10</sup> her ähneln. Ihre Affinität zur *konzeptionellen Mündlichkeit* scheint es zu rechtfertigen, der Blogsprache im Kontinuum zwischen den Extrempolen von Distanz- und Nähesprache einen Platz

---

<sup>9</sup> Im Glossar von AEIOU sehr schön mit dem Begriff »Bloggerie« umschrieben (= aus zwanghaftem Antrieb resultierende Sucht, enorme Mengen von sinnlosen und überflüssigen Einträgen zu produzieren). Vgl. Glossar von AEIOU.

<sup>10</sup> Zum Begriff der *Konzeptionalisierung* und dem Modell distanz- und nächsprachlicher Kommunikation vgl. Koch / Österreicher (1985 & 1984). Eine Aktualisierung und Erweiterung des Modells zu einem universalen Instrument der Klassifizierung von Textsorten bzw. Kommunikationsformen der geschriebenen wie auch der gesprochenen Sprache findet man bei Ägel & Hennig (2003).



zuzuweisen, der relativ nahe am Pol der Nähe liegt. Es scheint so, dass viele Blogger sich bei der Planung ihrer 'Texte' ähnlichen Bedingungen ausgesetzt fühlen, wie sie für die Konzeptionalisierung von Äußerungseinheiten eines gesprochenen Dialogs in Anwesenheit eines Gesprächspartners gelten würden. Im Gegensatz zu einer ›face-to-face‹ Kommunikation verläuft bei den Blogs die Kommunikation zwar *asynchron* und *räumlich getrennt*, trotzdem scheinen die Schnelligkeit und Interaktivität des Mediums Internet bei vielen Bloggern das Gefühl einer Art virtueller Präsenz des Gegenübers hervorzurufen. Als Konsequenz dieses Bewusstseins fühlen sich die Blogger subjektiv ähnlichen Bedingungen – Zwang zur Eile und Präsenz des Kommunikationspartners – ausgesetzt, wie sie objektiv für die Teilnehmer an einem mündlichen Dialog bestehen; mit der Folge, dass sie tendenziell zu ähnlichen sprachlichen Mitteln greifen. Für unseren Korpus lässt sich eine besonders ausgeprägte Nähesprachlichkeit bei den Blogs [2], [4], [5], [8], [9], [10], [11], [13], [15], [16], [17], [19], [23], [24], [25] und [27] feststellen.

Als Indikatoren einer solchen nähesprachlichen Haltung kann man zunächst die (a) *Gesprächsausdrücke* (Sieberg 2003)<sup>11</sup> (im Analyseraster *Diskurspartikeln* genannt) anführen, die im Deutschen wie auch im Portugiesischen<sup>12</sup> konstituierende Elemente diskursiver Kommunikationsabläufe darstellen. Ihre häufige Verwendung in den Einträgen eines Blogs lässt vermuten, dass das Schreiben im Weblog beim Blogger Assoziationen zu einem mündlichen Dialog hervorruft. Dieser Schluss wird durch den Umstand gestützt, dass die von den Gesprächsausdrücken übernommenen Funktionen allein im Kontext dialogischer Strukturen einen Sinn ergeben<sup>13</sup>. Im Blog [5] unseres Korpus (besonders typisch für ein nähesprachliches Blog) finden sich insgesamt 10 solcher Gesprächsausdrücke bei insgesamt 38 Sätzen, wie

---

<sup>11</sup> Zum Terminus *Gesprächsausdrücke* sowie ihrer funktionalen Beschreibung im Deutschen vgl. Sieberg (2003).

<sup>12</sup> Eine umfassende Untersuchung zum Vorkommen und der Funktion von »Gesprächswörtern« im Portugiesischen bei Brauer-Figueiredo (1999 :56ff).

<sup>13</sup> Brauer-Figueiredo (2002:56ff) bestimmt als mögliche Funktionen »Gliederungssignale«, »Kontaktsignale« »Aufmerksamkeit erregende Signale« und »Zustimmung evozierende Signale«.

zum Beispiel *E já agora, qual é a água mesmo?* (= Und wo wir schon einmal dabei sind, um welches Wasser handelt es sich denn?) oder *Muito bem, uma jogada criativa e estratégica certa* (= Sehr gut, ein strategisch richtiger und kreativer Schachzug). Als Beispiele aus Blog [17] seien von den insgesamt 9 Gesprächsausdrücken (insgesamt 45 Sätzen) folgende Beispiele genannt: *Quer dizer, o filme é bom* (= Das bedeutet, der Film ist gut) oder: *Bem, parece-me que o título já faz algum sentido* (= also, es scheint, dass der Titel schon einen Sinn ergibt). Insgesamt gibt es im Korpus 124 Belege für Gesprächsausdrücke.

Das Bewusstsein um die Ähnlichkeit mit einer diskursiven Kommunikationsform wird ebenfalls durch die (b) *direkte Anrede* der Ansprechpartner deutlich, wie in den folgenden Beispielen aus Blog [17] *Sousa, Sousa, o que te deu pá* (= Was ist nur mit dir los, Sousa?), *Desculpa Nuno, mas casa casa* (= Entschuldige Nuno, aber nach Hause, nach Hause) oder aus Blog [19] *E agora, notam diferença?* (= Und jetzt, fällt euch ein Unterschied auf) oder *Digam qualquer coisa, não sei o que estará a tornar tão lento o blog...* (= Und jetzt sagt gefälligst was. Ich weiß nicht, was das Blog so langsam macht).

Auf *syntaktischer Ebene* (d) sind es insbesondere alle Formen *unvollständiger Sätze* und *nachträglichen Ergänzungen*<sup>14</sup>, die als weitere Merkmale einer nächsprachlichen Kommunikationshaltung geltend gemacht werden, weil es sich um Phänomene handelt, die als Konsequenz subjektiv empfundener, zeitlicher Bedrängnis interpretiert werden können. Sie verleihen dem Sprachduktus der Blogs in vielen Fällen einen zerrissenen-fragmentarischen Charakter. Als *Ellipsen* (eine Form unvollständiger Sätze) haben wir ausschließlich die von den Normen der Schriftsprache deutlich abweichenden Bildungen wie in Blog [5] *Aaaah...susto!* (= aaaah...hab ich mich er-

---

<sup>14</sup> Brauer-Figueiredo (1999: 179ff) unterscheidet für den Bereich der Unvollständigkeit weiter in »unvollständige Sätze« (»gewohnte Kurz- und Sparformen«, deren Bedeutung sich aus dem situativen oder sprachlichen Kontext ergibt) »fragmentarische Äußerungen« (ohne Identifikationsmöglichkeit des syntaktischen Gerüsts der Wortgruppe) und »Anakoluthe« (die Unvollständigkeit geht zurück auf eine Änderung in der Formulierungsstrategie), sowie bei den nachträglichen Zusätzen zwischen »Nachträgen«, »Engführungen« und »Wiederholungen«.

schreckt), *História mal contada* (= nicht korrekt erzählte Geschichte), *Clix. Um anúncio simples* (= Clix. Eine einfache Anzeige) oder *Só pode* (= kann ja gar nicht anders sein) gewertet und nicht die verkürzten syntaktischen Strukturen, die entsprechend der portugiesischen Grammatik als *regelmäßig* gelten, wie persönliche Infinitive, Gerundien, Partizipialkonstruktionen, auf den Infinitiv reduzierte Konstruktionen und Auslassungen des Subjekts (vgl. Cunha/Sintra 2002: 605ff). Bei allen zum Typus Nähesprache gehörenden Blogs lässt sich eine solche Korrelation zwischen Nähesprachlichkeit und häufig vorkommender Satzverkürzung feststellen.

Als Beispiele für *nachträglicher Ergänzungen*, die den Eindruck des kollageartigen Charakters vieler Blogs verstärken und als weitere Anzeichen auf einen durch Eile beeinflussten Sprachduktus deuten, seien folgende Beispiele aus Blog [17] und [25] angeführt: *E falando do Deserto e de outras paragens, lembro-me da Morte do Rei Tsongor. Africano, mas do Deserto. Árabe. Sim, é árabe. Literalmente do Deserto, onde não se sorri* (= Und wenn man von der Wüste spricht und anderen Plätzen, erinnere ich mich an den Tod von König Tsongor. Afrikaner, aber aus der Wüste. Araber, ja, er war Araber. Und buchstäblich aus der Wüste, wo man nicht lacht.), und *Eles são os Sindicatos. A grande maioria dos Sindicatos* (= Sie sind die Gewerkschaften. Die große Mehrzahl der Gewerkschaften). Dem fragmentarischen Charakter der hier vorliegenden syntaktischen Strukturen entspricht, wie besonders anschaulich das letzte Beispiel deutlich macht, eine aggregative statt integrativer Strukturierung des Informationsflusses<sup>15</sup>. Neu hinzukommende Elemente des Rhemas erscheinen in Form einzelner, nacheinander gereihter Stückchen, statt wie in einer integrierenden Struktur als Ganzes dargeboten zu werden. Wenn wir das letzte Beispiel aufgreifen und zu *Eles são a grande maioria dos Sindicatos* (= Sie sind die große Mehrzahl der

---

<sup>15</sup> Der Gegensatz aggregative vs. integrative ist nicht gleichzusetzen mit dem Gegensatz parataktisch vs. hypotaktisch (= Unterschied auf syntaktischer Ebene) sondern bezieht sich auf die besondere Form der Gliederung des inhaltlichen Informationsflusses.

Gewerkschaften) abwandeln, erhalten wir als Alternative eine solche ganzheitliche, integrative Struktur.

Ein anderes syntaktisches Phänomen (f), das viele Blogs der nächsprachlichen Typus aufweisen, und das man ebenfalls als Konsequenz ihrer Nähe zur Diskursivität gesprochener Sprache ableiten kann, besteht in der Technik, einen angefangenen Gedankengang nicht zu Ende zu führen sondern mit *mehrfach wiederholten Pünktchen* »...« ausklingen zu lassen. Diese Pünktchen entsprechen den Pausen in einem Gespräch und ersetzen im Blog die Mittel der gesprochenen Sprache, die diese Pausen zu überbrücken helfen (vgl. Brauer-Figueiredo 1999: 105ff). Dazu folgendes Beispiel aus Blog [25]: *É um Blog com alma e escrito com amor, logo não é para perceber...é par sentir!...Ou não...* (= Es ist ein Blog mit Seele und geschrieben mir Liebe, darum ist er nicht zum Verstehen da...man soll ihn fühlen!...Oder nicht...).

Wie sehr dieses hastige Aneinanderreihen von Syntagmen und Gedanken, das ohne eine vorherige grammatische und gedanklich-inhaltliche Strukturierung auskommt, der Einstellung eines der portugiesischen Bloggers – der aber stellvertretend auch für alle andere Blogger zu stehen scheint – entspricht, wird deutlich, wenn dieser Blogger in Blog [16] mittels der Metapher des *Kirscheessens* den Genuss beschreibt, den er beim Gebrauch von *reticências* (= durch Pünktchen markierte Auslassungen im Text) beim Schreiben seiner Weblogeintragungen empfindet: *gosto de usar reticências como se de cerejas se tratassem* (= ich liebe es, durch Pünktchen markierte Auslassungen zu benutzen, als ob es Kirschen wären). Derselbe Blogger führt dann weiter aus, dass man beim Essen von Kirschen die Frucht lange im Mund behalten und genießen könne, ohne sie gleich runterschlucken zu müssen, und dass es diesem Genuss entspreche, beim Schreiben eines Blogs die Aussagen nur vorläufig und auf eine spielerische Art und Weise zu formulieren. Ja man scheue sich selbst nicht vor idiotisch-kindischen Spielereien (= *brincadeiras infantilmente idiotas*).

Hinsichtlich der (g) *Komplexität der syntaktischen Strukturen* kann man eine relativ deutliche Korrelation feststellen zwischen den typisch nächsprachlichen Blogs mit relativ vielen Einfachsätzen und Satzgefügen geringer Komplexität (Unterordnungen ersten Grades) und den typisch distanzsprachlichen Blogs, die die Tendenz zu komplexen Hypotaxen (= als komplexe Hypotaxen könnte man alle Schachtelsätze mit Unterordnungen 2. Grades und höher definieren) aufweisen. Eine stichprobenartiger Vergleich untermauert diese Behauptung: Blog [2] (nächstsprachliches Blog) weist 11 Einfachsätze, 20 Ellipsen und 4 komplexe Sätze (von insgesamt 26 Hypotaxen) auf; gegenüber 7 Einfachsätzen, 6 Ellipsen und 20 komplexen Sätzen (insgesamt 29 Hypotaxen) in Blog [6] (= Distanzblog).

(h) *Emotionalisierung*: In den dem Pol nächsprachlicher Kommunikation besonders nahe stehenden gesprochenen Alltagsdialogen sind es *prosodische* Elemente (Lautstärke, Dynamik, Tonfall, Akzentuierung) und *extralinguistische* Mittel (Mimik, Gestik, Körperhaltung, Distanz zwischen den Sprechenden, sprachbegleitende Handlungen), die zur einer Emotionalisierung der Kommunikation beitragen. Hinsichtlich der Blogs stellt sich folglich die Frage, ob sich eine solche Tendenz auch hier feststellen lässt, und in welchen Formen und in welcher Intensität sie sich in den Weblogs manifestiert. Als eine Gruppe mit besonders emotionell geprägter Sprache stellten sich in unserem Korpus die Blogs [2], [5], [11], [16], [19] und [25] heraus, aus denen im Folgenden einige Beispiele vorgestellt werden, wie aus Blog [2]: *isto para os nossos companheiros da garagem nao e mto fixe mas pa kem tava la a curtir foi altamente!!!!lol* (= das ist für unsere Freunde aus der Garage nicht besonders gut, für die aber, der grade dabei warn, sich zu amüsieren, wars Klasse) und *...mas agr...xiiiiiiiiiiii kem teve la nao ficou indiferente* (= aber jetzt...xiiiiiiiiii wer da war, den hats gepackt). Aus Blog [4] die Beispiele: *Que comportamento tão cretino!!!* (= Was für ein blödsinniges Benehmen) und *Quem foi a esta feira e gostou só pode estar mesmo MUITO DESESPERADO!* (= Wer diese Ausstellung besucht hat und sie gut fand,

muss wirklich schon verdammt verzweifelt sein). Schließlich die Beispiele aus Blog [25]: *Durante muito tempo andei insatisfeita com muita merda* (Eine lange Zeit war ich wirklich mit viel Sch...zufrieden), oder *Afinal onde está a puta da perfeição? Ah!* (= Wo gibt es denn diesen Hurensohn von Perfektion? Ah!). In den Weblogs scheinen es also speziell Interjektionen, Ausrufe- und Fragezeichen (besonders in wiederholter Form), Buchstabenwiederholungen, Schimpf- Fäkalienworte und durchgängige Großschreibungen zu sein, die als sprachliche Mittel diese Emphasisierung fördern. *Akronyme* wie hier *lol* (2 Belege), *Inflektive* (insgesamt 3 Belege) oder *Smilys* (19 der insgesamt 21 Smilys finden sich in Blog [2], [19] und [25]), die ebenfalls diese Funktion der Emotionalisierung übernehmen könnten<sup>16</sup>, zählen hingegen eher zu den Ausnahmen.

(2) *Affinität zu anderen, benachbarten Textsorten*: Es gibt Blogs, die in ihrer Gesamtheit oder in einzelnen Einträgen charakteristische Merkmale anderer benachbarter Textsorten konventionellen Typus aufweisen, bzw. die sich in ihrer Funktion leicht durch solche benachbarten Textsorten ersetzen lassen. Ein Eintrag des Blogs [24] z.B. besteht durchgängig aus den für die Sprache der *Handys* kennzeichnenden Abkürzungen für durch SMS übermittelte Nachrichten. Ein kleiner Ausschnitt: *nunca levei saco da bofia mas pk é k ei de levar eles n compreendem k isto é arte e bleza ppl deixo aki a msg*. Ins normale Portugiesische übersetzt würde der Satz lauten: *Nunca levei saco da bófia mas porque é que hei de levar. Eles não compreendem que isto é arte e beleza. People, deixo aqui a minha mensagem*. (= Bis jetzt habe ich noch niemals von der Polizei Prügel bekommen, und warum auch. Die begreifen doch nicht, dass es sich um Kund und Schönheit handelt). Diese Zeichen der SMS Sprache finden sich außerdem nur noch in Blog 2.

---

<sup>16</sup> Smilys, Inflektive bzw. Infektivkonstruktionen (\*dichwildküß\*) und auch Akronyme *lol* finden darum Erwähnung, weil sie als Kompensation für die prosodischen wie auch non-verbalen Mittel (sprachbegleitende Handlungen, Mimik, Gestik etc.) interpretiert werden können, wie sie den Sprechern in einer face-to-face Situation zur Emotionalisierung zur Verfügung stehen. Vgl. Schlobinski bezüglich dieser Funktion der Smilys (1998: 99).

Ein anderes Blog (Blog [27] Kulto der Tageszeitung Público) richtet sich speziell an Kinder und Jugendliche als Adressaten und erfüllt mit seinen Texten genau dieselben Funktionen, die man von einem klassischen *Jugendmagazin* erwarten könnte, wie: Veranstaltungshinweise, Rezension von neuen CDs, Computerspielen etc., oder Interviews mit Popstars. Das Blog [30] (Blog der Jugendorganisationen der sozialistischen Partei PS der Stadt Tomar) seinerseits weist in seinen Einträgen viele *Slogans* und Elemente *politischer Wahlreden* auf, wie *Em ti, e em Tomar, Nós Acreditamos* (= Hier in Tomar zählen wir auf Dich) oder *Aparece, Diverte-te... Faz Ouvir a Tua Voz* (= Komm zu uns, hab Spaß, verleihe Deiner Stimme Gehör). Die Einträge von Blog [26], [28] und [29] haben hingegen die Funktion von *Leserbriefen*. Andere der Blogs enthalten in ihren Einträgen *Gedichte*, wie in: Blog [2] (Verse auf Englisch), Blog [3] (Gedicht der Bloggerin), Blog [15] (Gedicht von Camões, dem Dichter des portugiesischen Nationalepos *Lusíadas*), Blog [21] (Gedicht von Dylan Thomas), Blog [24] (Graffiti-Spruch in SMS Code), Blog [25] (eigenes Gedicht). In Blog [12] findet sich ein längerer Auszug aus Henry Fieldings Roman »Tom Jones« (in portugiesischer Übersetzung). Blog [7] und Blog [2] bestehen zu einem großen Teil aus einer *listenartigen Anordnung* von Musik- und Filmtiteln sowie den Namen von Musikgruppen.

Als besonders auffällig aber erweist sich der Umstand, dass relativ viele Blogs unseres Korpus Elemente aufweisen, wie sie eigentlich charakteristisch für die Textsorte *Tagebuch* sind: Dazu zählen die Blogs Nr. [2], [8], [9], [10], [12], [14], [15], [17], [28] und teilweise auch der Blog [29]. Zu dieser Einschätzung gelangt man, wenn man folgende Merkmale<sup>17</sup> des Texttyps »Tagebuch« als für diesen Texttyp konstituierend annimmt: a) *chronologische Gliederung des Inhalts* der Blogs, b) *Ichbezogenheit und Intimität der Darstellung*, c) *Telegrammstil*, sowie d) *Ausnutzung der poetischen Sprachfunktion*. Im Folgenden ein Beispiel, das das zuletzt genannte Kriterium (d)

---

<sup>17</sup> Entsprechend den immer wiederkehrenden Kriterien zur Definition dieser Textsorte, wie z.B. in der Wikipedia.

veranschaulicht: Wohl in Assoziierung zu einmal gelesenen literarischen Tagebüchern versuchen einige Blogger, ihre Texte durch das Wortwiederholungen, Metaphern, rhythmischen Figuren, Wortspielen, Paradoxien oder sogar Reim<sup>18</sup> zu bereichern, wie z.B. in Blog [17]: *E o dia, grande grande, levantou vôo até às 13:30, hora do não-almoço com Alguém. Entretando, alegre-me por ver que as flores azuis azuis são tantas tantas. A quem as daria?* (= Es ist ein großer, großer Tag, er hob sich in die Lüfte um 13:30, zur Nicht-Mittagszeit, mit Jemandem. Bis dahin erfreue am Anblick der so vielen, vielen blauen, so blauen Blumen. Wem würde ich sie wohl schenken?).

(3) *Beschreibung des Grades der Konventionalität des Sprachgebrauchs*: Als Parameter zur Bestimmung des Grades der Konventionalität stützen wir uns auf folgende Kriterien: (a) begangene Regelverletzungen im Bereich der Orthographie, (b) vorhandenen Wortschöpfungen, (c) kreativer Umgang mit den graphostilistischen Mitteln zur Textgestaltung, und (d) auffallender Gebrauch jugendsprachliche Lexeme und Anglizismen.

Im Unterschied zu den auf *Fahrlässigkeit* bzw. *Nichtwissen* beruhenden Fehlern – sie kommen besonders in Form von Verstößen gegen die Regeln der Interpunktion, Groß- Kleinschreibung, Akzentsetzung und Syntax in fast allen Blogs vor – finden sich andere Abweichungen, die man als *bewusste Regelverletzungen* oder als Folge eines *kreativ-experimentellen* Umgangs mit der Sprache interpretieren könnte, in auffälliger Häufung nur in den folgenden 10 Weblogs: Blog [2 ] (Wegfall der Akzente, SMS Kode, Umgangssprache, Anglizismen, phonetische Schrift, Smilys), Blog [5] (Umgangssprache und Anglizismen), Blog [9] (Hybridschreibung, Anglizismen), Blog [13] (Anglizismen), Blog [16] (systematische Kleinschreibung, Anglizismen), Blog [17] (Jugendsprache, Hybridschreibungen, Zusammenschreibungen), Blog [19] (Smilys), Blog Nr. [21](phonetische Schreibung, einzelner Neologismus), Blog [24] (Jugendsprache, SMS Code, in einem Beitrag systematische Kleinschrei-

---

<sup>18</sup> Zur Funktion und den Formen der poetischen Sprachfunktion vgl. R. Jakobson (1970); eine anschauliche Übersicht der poetischen Strukturen bei H.W. Ludwig (1981).



bung, phonetische Orthographie, unorthodoxe Anglizismen) und Blog [25] (Smilys). Die Besonderheit von Blog [27] besteht ausschließlich darin, dass fast jeder Satz in einer unterschiedlichen Farbe gestaltet ist.

Häufige Belege für *phonetisch orientierte Schreibung* (in den anderen Blogs nur als Ausnahmebildungen belegt) finden sich in den Blogs [2], [21] und [24]. Allein in diesen 3 Blogs kann man 25 Belege für dieses Phänomen zählen. Dazu die folgenden Beispiele: *ide p'ró caralho* (= *ide para o caralho*; entspricht ungefähr dem eng. *ıfu you*), *tá a reagir* (= *estás a reagir*), *prá* (= *para*), *tava* (= *estava*), *pa* (= *pela*), *teve* (= *esteve*), *po* (= *pelo*), *tou* (= *estou*), *paí* (= *para aí* = umgs. ungefähr), *tasse bem* (statt *está-se bem*), *tao* (= *estão* 3.Pers. Pl des Verbs *estar*), etc.

Durch eine *konsequente Kleinschreibung* wird hingegen ausschließlich Blog [16] auffällig, in dem sogar nach Satzzeichen wie Punkt oder Ausrufezeichen klein weiter geschrieben wird. Systematische Kleinschreibung kommt außerdem noch in einem Beitrag des Blogs [24] vor. Hinsichtlich der von den Regeln der portugiesischen Orthographie geforderten *Akzente* erweist sich Blog [2] als besonders auffällig, in dessen Einträgen die Akzente (fast) konsequent weggelassen werden, wie: *disposicao*, *adesao*, *não*, *tres*, *nocao*, *classicos*, *incluindo*, *ultimo*, *bracos*, *impresao*, *nao*, *sao*, *agua*, *so*, *ja*, etc. Weil es sich bei diesen Wörtern um alltäglich gebrauchte Lexeme des portugiesischen Grundwortschatzes handelt, ist es sehr unwahrscheinlich, dass der Blogger sie etwa aus Flüchtigkeit weggelassen hat.

*Hybrid- und Zusammenschreibungen* kommen nur vereinzelt vor: In der erwähnten Gruppe der als unkonventionell auffallenden Blogs sind es nur 13 Hybridschreibungen (meistens Namensbezeichnungen): *SubFocus*, *VideoPixel*, *WordPress*, *WishList*, *SoundStuff*, *ImageStuff*, *MusicStuff*, *GameStuff*, *ArtStuff*, *FugaDosXatos*, (= die Flucht der Langweiler), *PontoG* (= Name einer Disco), *dupla JoKa* (= Jorge und Karina), *o Sousa&Marta* (= Sousa und Marta). *Zusammenrückungen* von mehreren ursprünglich in einem Syntagma zusammenstehenden Worten zu einem Begriff mit oder ohne

Bindestriche sind nur belegt durch die Formen: *a alma-em-tudo-o-que-vive* (= Die Seele in allem, was lebt), *cujo-nome-não-se-reconhece* (= jemand, dessen Namen man nicht kennt) sowie durch das aus dem Brasilianischen kommende Wort *bardemerda* aus ›bar de merda‹ (= wörtlich ›Sch...bar‹).

Besonders zahlreich finden sich in der Gruppe der ›konventionellen Blogs‹ Ausdrücke bzw. Phraseologismen der Umgangs- und Jugendsprache. Insgesamt sind es 60 Ausdrücke (33 davon allein in Blog [24]), von denen man 30 der ›normalen‹ portugiesischen Umgangssprache<sup>19</sup>, zurechnen kann, wie z.B.: *carradas de boa disposição* (= viel gute Laune), *eles passaram-se* (= Sie sind durchgedreht), *Estou fartinha desta treta toda* (= Ich bin all diesen Mist leid), *a bófia* (= die Polizei), *zonzo* (= schwindelig), das vulgäre *foda* (= engl. ›fu...‹) mit seine zahlreichen Ableitungen, *chinfrim* (= ordinär), *pilim* (= Geld), *paneleiro* (= homosexuell) *buga!* (= lasst uns abhauen!), *Chiça!*, *Porra!*, *Irra!* (= 3 Interjektionen zum Ausdruck des Erstaunens und der Wut), *gajo* (= Kerl, Typ) etc. Als Ausdrücke brasilianischer Herkunft finden sich *bacano* (= in Ordnung, interessant, cool) und *levar saca* (= Ärger oder Prügel bekommen).

Aus dem Bereich der *Jugendsprache* (einschließlich einiger Begriffe aus dem Umfeld von Graffiti und Hip-Hop) stehen die folgenden Beispiele: *não é mto fixe* (= Das ist nicht in Ordnung), *foi altamente* (= elliptischer Ausdruck für ›war unheimlich gut), *malhas* (= Musikstücke), *é hora de Fluir* (= Zeit abzuhauen), *tudo boa onda* (= alles gut drauf), *as crews* (= Leute, die in der Disco arbeiten), *os graffs* (= die Graffitis), *bombar paredes* (= Wände besprühen), *bué* (= cool), *tasse bem* (= hier gehts uns gut), *fika rock* (= Halt die Ohren steif), *curte largo* (= vergnüg dich), etc.

Für *Anglizismen* finden sich in der oben definierten Gruppe immerhin 55 Belege im Unterschied zu den übrigen Blogs, in denen sie eher als Ausnahmen vorkommen.

---

<sup>19</sup> Neben der Befragung von portugiesischen Kollegen und Freunden beruht diese Zuordnung auf der Konsultation der einschlägigen Wörterbücher, wie dem »Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea« (2001), dem »Dicionário Porto Editora« (1999), dem idiomatischen Wörterbuch *Português – Alemão* von H. Schemann (2000), und dem »Novo Dicionário do calão« von A. Praça (2005).

Bei der Verwendung englischer Morpheme, Wörter, Syntagmen und ganzer Sätze fällt auf, mit welcher Unbekümmertheit diese gebraucht und oft sogar mit portugiesischen Sprachelementen vermischt werden. Oft werden die Lehnworte auch falsch geschrieben oder in Kontexte gesetzt, in die sie nicht passen und als Folge recht präventios wirken: *Hate Mail*, *Saquem som & Share you files* (= Ladet Musik aus dem Net herunter und teilt sie mit euren Freunden), *MELHOR DJ PORTUGUES e um dos melhores do mundo, no doubt!* (= Bester DJ Portugals und einer der besten der Welt, ohne Zweifel!), *sou preguiçoso com wishlists* (= was Wunschlisten angeht, bin ich faul), *surge me um anjo que o salva – his mommy* (= Es kommt dann ein Engel, der ihn rettet, nämlich seine Mutter), *In the end parabéns!* (= Zum Schluss Herzlichen Glückwunsch) etc.

### 6.5 Fazit und Perspektiven

1. Die Analyse der vorliegenden portugiesischen Weblogs hinterlässt zunächst den Eindruck einer *enormen Vielfalt* hinsichtlich der zur Sprache kommenden Themen sowie der vorherrschenden sprachlichen und stilistischen Ausdrucksformen. Darum erweist es sich als schwierig, für alle Blogs gemeinsam geltende Charakteristika zu finden oder sie in streng von einander unterscheidbare Klassen zu unterscheiden. Es handelt sich um eine noch im Werden begriffene Kommunikationsform, deren Bestimmung und Abgrenzung von benachbarten Formen wie E-Mail, Chat oder Homepage leichter fällt durch eine Beschreibung der sie äußerlich konstituierenden hypertextuellen Elemente als durch bestehende Gemeinsamkeiten auf inhaltlicher, sprachlicher, stilistischer oder funktionaler Ebene.
2. Trotzdem lassen sich solche allgemeinen Charakteristika feststellen. Diese betreffen: a) die fast für alle Blogs – wenn auch jeweils in einem unterschiedlichen Grad – nachweisbare Tendenz zu einem *diskursiven Sprach-*

- duktus*, b) eine gewisse *Unkonventionalität* des Sprachgebrauchs, der sich sowohl in einer gewissen Oberflächlichkeit des Umgangs mit der Schrift als auch als Mut zum kreativen, experimentellen Umgang mit dem sprachlichen Material zeigt. Zu den allgemeinen Merkmalen gehört weiterhin der c) *integrative* Charakter der Weblogs, die Elemente beherbergen, wie sie außerhalb der Blogs kennzeichnend für andere Textsorten (z.B. Gedicht, Slogan, Wahlrede, Leserbrief und Essay) sind. Besonders auffallend ist hierbei die Nähe vieler Blogs zur Textsorte der Tagebücher.
3. Abgesehen von der Gruppe ›ernst gemeinter‹ Blogs mit relativ hohem Informationswert und journalistischer Schreibweise, äußern viele der Blogger ihre Gedanken und Meinungen in einer spielerischen Form. Nur oberflächlich ›Angedachtes‹ wird zu einer Art Kollage zusammengesetzt, wobei die Blogger sich relativ wenig um argumentative Genauigkeit und logische Strenge kümmern, wie sie gefordert wären, wenn sie mit ihren Äußerungen auf konventionellem Wege (z.B. durch Leserbriefe oder Zeitungsartikel) ein vergleichbar breites Publikum zu erreichen versuchten. Und genau diese Möglichkeit bieten die Weblogs: Es gelingt dem Blogger seine Gedanken – auch wenn er diese in polemischer oder oft sogar infantiler und präventiöser Weise äußert – einem potentiell sehr großem Adressatenkreis bekannt zu machen, wobei er sogar die Hoffnung hegen kann, auf eine Bestätigung von Seiten anderer Blogger zu stoßen, die eine ähnliche Haltung mit ihm teilen.
  4. Einen höheren Grad von Homogenität weisen die Blogs hinsichtlich ihrer hypertextuellen Struktur auf, was wohl auch daran liegt, dass es teilweise dieselben Webseiten sind, die von den portugiesischen Bloggern zur Unterbringung ihrer Blogs (inklusive Gestaltung ihrer Interaktions- und Vernetzungsstrukturen) benutzt werden.

## Literatur

- Academia das Ciências (2001). Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea. Verbo. Lisboa.
- Ágel, Vilmos & Mathilde Hennig (2003). »Theorie und Praxis des Nähe- und Distanzsprechens« (in Vorbereitung zur Veröffentlichung in einem Sammelband). Szeged.
- Barbosa, Elisabete & António Granado (2004). Weblogs Diário de Bordo. Porto Editora. Porto.
- Bittner, Johannes (2003). Digitalität, Sprache, Kommunikation. Erich Schmidt Verlag. Berlin.
- Celso, Cunha & Lindley Cintra (2002) Nova Gramática do Português Contemporânea (17. Ausgabe). Figueirinhas Porto.
- Academia das Ciências de Lisboa (2001): Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea. Lisboa. Academia das Ciências de Lisboa e Editorial Verbo.
- Dicionário De Português-Alemão (1999). Porto Editora. Porto.
- Hundertmark, Maria Teresa & Santos Martins (1982). Portugiesische Grammatik. Niemeyer. Tübingen.
- Koch, Peter & Wulf Österreicher (1985). »Sprache der Nähe – Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte«. In: Romanisches Jahrbuch, Nr.36. S.15-43.
- Ludwig, Hans-Werner (1981). Arbeitsbuch Lyrikanalyse. Narr. Tübingen.
- Möller, Erik (2005). Die heimliche Medienrevolution. Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern. Hannover.
- Praça, Afonso (2005) Novo Dicionário do Calão (3. Ausgabe). Casa das Letras. Lisboa.
- Querido, Paulo & Luís Ene (2003). Blogs. Sociedade de Informação. ISBN: 972-8426-75-5.
- Jakobson, Roman (1970). Poesie und Sprachstruktur. Zürich.
- Runkehl, Jens, Schlobinski, Peter, Siever, Torsten (1998). Sprache und Kommunikation im Internet. Westdeutscher Verlag. Opladen/Wiesbaden.
- Runkehl, Jens, Schlobinski, Peter, Siever, Torsten (2005). »Websprache.net.«. In: Susanne Günther, Klaus-Peter Konerding, Wolf-Andreas Liebert, Thorsten Roelcke (Hrsg.). Linguistik. Impulse & Tendenzen. De Gruyter. Berlin New York.
- Schemann, Hans (2002). Idiomatik Deutsch-Portugiesisch. Pons. Klett Verlag Stuttgart.
- Schmitz, Ulrich (2004). Sprache in modernen Medien. Erich Schmidt Verlag. Berlin.
- Schwitalla, Johannes (1997). Gesprochenes Deutsch. Erich Schmidt Verlag. Berlin.
- Sieberg, Bernd (2003). »Illokutions-verknüpfende und gesichtswahrende Funktion von Gesprächswörtern« (Veröffentlichung in Vorbereitung in den Akten des 38. Internationalen Kolloquiums für Linguistik in Piliscava, Budapest).
- Stein, Stephan (2003). »Textgliederung«. In: Stefan Sonderegger & Oskar Reichmann (Hrsg.). Studia Linguistica Germanica, Nr. 69. Walter de Gruyter. Berlin.
- Viegas Brauer-Figueiredo, Maria de Fátima (1999). Gesprochenes Portugiesisch. Teo Ferrer de Mesquita. Frankfurt.
- Internetadressen
- AEIOU (Internetanbieter) < <http://www.aeiou.pt/> > 19-9-205
- AEIOU (Glossar) < <http://www.asseptic.org/pages/blogossario/> > 19-9-05
- Ágel, Vilmos & Mathilde Hennig. Theorie und Praxis des Nähe- und Distanzsprechens. Als PDF Dokument (29 Seiten) unter [http://www.uni-kassel.de/~agel/n%E4he\\_distanz.pdf#search=Theorie%20und%20Praxis%20des%20N%C3%A4he%20und%20Distanzsprechens](http://www.uni-kassel.de/~agel/n%E4he_distanz.pdf#search=Theorie%20und%20Praxis%20des%20N%C3%A4he%20und%20Distanzsprechens)
- Baptista, Joana (25-9-04). O Fenómeno dos Blogues em Portugal; <http://seminarioinvestigacao.blogspot.com/>; 28-8-2005
- Barbosa, Elisabete (3-6-2005). Blogs em Portugal; <http://www.webjornalismo.blogspot.com/>; 20-9-05
- Blogeinrichter Blogger; <http://www.blogger.com/>; 20-9-05
- Blogspot; <http://www.blogspot.com/>; 20-9-05
- Canavilhas, João (2005). Blogues políticos em Portugal. O dispositivo criou novos actores?;

- [http://www.bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.php?html2=canavilhas-joao-politica-e-weblogs.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=canavilhas-joao-politica-e-weblogs.html); 20-9-05. (Als HTML Dokument in der 'BOCC On-Line Bibliothek' abrufbar)
- FCCN (= Verantwortliche Stelle für die Einrichtung und Registrierung individueller Blogadressen); <http://www.fccn.pt>; 19-9-2005
- Institut »LabCom« (= 'Laboratório de Comunicação On-Line' der UBI); <http://www.labcom.ubi.pt/>; 20-9-05
- Kolloquium 'Weblogs' (Informationen über die Webseite der UBI); <http://www.ubi.pt/index.php?pagina=novidades>; 20-9-05
- Naves da Silva, Hugo (2005). Blogues: experiência portuguesa; <http://blog.lisbonlab.com/estudos/blogues-experiencia-portuguesa/>; 19-9-05
- On-Line Bibliothek bocc; <http://www.bocc.ubi.pt/>; 20-9-2005
- On-Line Marketing Zeitschrift Markttest; <http://www.markttest.com/wap/>; 19-9-2005
- On-Line Video zum Arrastão von Diana Andringa; <http://www.eraumavezumarrastao.net>; 19-9-05. Kritische Kommentare zu diesem Ereignis (3-7-05) [http://barnabe.weblog.com.pt/privado/comenta.cgi?entry\\_id=118399](http://barnabe.weblog.com.pt/privado/comenta.cgi?entry_id=118399); 20-9-2005
- On-Line Zeitung 'Jornalismo Digital'; <http://www.webjornalismo.blogspot.com>; 20-9-05
- Portal für portugiesische Blogs; <http://weblog.com.pt>; 31-8-05. Auf einer Nebenseite <http://weblog.com.pt/portal/blogometro/?pag=lista>; 19-9-05 kann man momentan eine Liste mit über 1000 Blogs finden
- SAPO (Internetanbieter); <http://blogs.sapo.pt/>; 19-9-2005
- SAPO (Nebenseite 'Tops'); <http://blogs.sapo.pt/tops.html>; 19-9-05
- UBI (=Universidade da Beira Interior); <http://www.ubi.pt/>; 20-0-05
- Weblog »Abrupto«; <http://abrupto.blogspot.com>; 19-9-05
- Weblog »Bloco-notas«; <http://bloconotas.blogspot.com>; 19-9-05
- Weblog des »Blogue de Esquerda«; <http://www.bde.weblog.com.pt>; 19-9-05
- Weblog »Kulto« (der Zeitung Público); <http://kulto.blogspot.com>; 19-9-05
- Weblog »Macacos Sem Galho«; <http://www.macacos.com> (Blog wurde inzwischen eingestellt)
- Weblog »Paulo Portas«; <http://pauloportas.blogs.sapo.pt>; 19-9-05
- Weblog »SIC«; <http://quadraturadocirculo.blogs.sapo.pt>; 19-9-05
- Weblog »Sistema de blogs da Assembleia da República«; <http://blogs.parlamento.pt/indice/>; 19-9-05
- Weblog »PSD unter Pedro Santana Lopes«; <http://leg2005.psd.pt/>; 19-9-05
- Webseite zum 2. Treffen über Weblogs an der UBI; <http://2encontrodeweblogs.blogspot.com/>; 27-8-05
- Webseite zur Blogstatistik Geo-loc; <http://www.geo-loc.com/>; 19-9-05
- Wikipedia; <http://de.wikipedia.org/wiki/Tagebuch>; 19-9-05

## Anhang

Nr.	Thema	Adresse	Titel
1	Soziales Politik	<a href="http://sonhoslx.blogspot.com">http://sonhoslx.blogspot.com</a> 9-6-05	Ruminações Digitais (= Digitales Grübeln)
2	Musik	<a href="http://www.drummingsince2003.blogspot.com">http://www.drummingsince2003.blogspot.com</a> 9.6.05	Drum&Bass culture – Urban junglist Movement
3	Verschiedenes	<a href="http://intervirblogsocial.blogspot.com">http://intervirblogsocial.blogspot.com</a> 9-6-05 (Mittlerweile 20-9-05 ist der Blog über diese Adresse nicht mehr zu erreichen)	Intervir (= Intervenieren)

Nr.	Thema	Adresse	Titel
4	Politik, Verschiedenes	<a href="http://votemnasputas.blogspot.com">http://votemnasputas.blogspot.com</a> 9.6.05	Votem nas Putas (= Wählt die Huren)
5	Reklame	<a href="http://blogdepublicidade.blogspot.com">http://blogdepublicidade.blogspot.com</a> 9.6.05	Blog de Publicidade
6	Politik	<a href="http://nonioblog.blogspot.com">http://nonioblog.blogspot.com</a> 9.6.05	Nónioblog
7	Musik	<a href="http://blogdoputo.blogspot.com">http://blogdoputo.blogspot.com</a> 9.6.05	Blog DO PUTO (Blog des kleinen Kindes)
8	Verschiedenes	<a href="http://renhaunhau.blogspot.com">http://renhaunhau.blogspot.com</a> 9.6.05	Renhaunhau
9	Verschiedenes	<a href="http://www.macacos.com">http://www.macacos.com</a> 10-6-05 (inzwischen aufgegeben)	Macacos sem Galho
10	Politik	<a href="http://bloquisto.weblog.com.pt">http://bloquisto.weblog.com.pt</a> 10-6-05	bloquista
11	Ulkereien	<a href="http://fugadosxatos.blogspot.com">http://fugadosxatos.blogspot.com</a> 10-6-05	A Fuga dos Chatos para a India (= Die Flucht der Langweiler nach Indien)
12	Verschiedenes	<a href="http://amontanhamagica.blogspot.com">http://amontanhamagica.blogspot.com</a> 10-6-05	A montanha mágica (= Der Zauberberg)
13	Verschiedenes	<a href="http://avidaelarga.blogspot.com">http://avidaelarga.blogspot.com</a> 10-6-05	A vida é larga (= Das Leben ist lang)
14	Comics und Zeichentrickfilme	<a href="http://becodasimagens.blogspot.com">http://becodasimagens.blogspot.com</a> 10-6-05	Beco das Imagens (= Weg der Phantasie)
15	Verschiedenes	<a href="http://impensavel.blogspot.com">http://impensavel.blogspot.com</a> 10-6-05	Impensável (= Unvorstellbar)
16	Musik, Filme	<a href="http://instamatics.blogspot.com">http://instamatics.blogspot.com</a> 10-6-05	Instamatics
17	Verschiedenes Privates	<a href="http://jmscustudio.blogs.sapo.pt">http://jmscustudio.blogs.sapo.pt</a> 10-6-05	Rádio beacon across the stars
18	Politik Verschiedenes	<a href="http://semiramis.weblog.com.pt">http://semiramis.weblog.com.pt</a> 10-6-05	Semiramis
19	Verschiedenes	<a href="http://www.kittyplace.blogspot.com">http://www.kittyplace.blogspot.com</a> 13-7-05	Kitty's Place
20	Wettgemeinschaft	<a href="http://bemvisto.blogspot.com">http://bemvisto.blogspot.com</a> 13-7-05	Bem Visto (= Gut gesehen)
21	Vermischtes	<a href="http://www.galarzas.blogspot.com">http://www.galarzas.blogspot.com</a> 10-6-05	The Galarzas
22	Politik	<a href="http://blogoexistio.blogspot.com">http://blogoexistio.blogspot.com</a> 13-7-05	Blogo existio (Ich blogge, also existiere ich)
23	Fußball, Humor	<a href="http://www.duvidasdubias.blogspot.com">http://www.duvidasdubias.blogspot.com</a> 10.6.05	Duvidas dubias (= doppelte Zweifel)
24	Graffiti	<a href="http://www.catedral.weblog.com.pt">http://www.catedral.weblog.com.pt</a> 10-6-05	Catedral
25	Vermischtes	<a href="http://www.espectacologica.blogspot.com">http://www.espectacologica.blogspot.com</a> 10-6-05	Espectacologica (= Spektakulär)
26	Fußball	<a href="http://sicdiaseguinte.blogs.sapo.pt">http://sicdiaseguinte.blogs.sapo.pt</a> 10-6-05	O dia seguinte (= am nächsten Tag)
27	Alles für die Jugend	<a href="http://kulto.blogspot.com">http://kulto.blogspot.com</a> 11-6-05	Kulto

Nr.	Thema	Adresse	Titel
28	Politik	<a href="http://quadraturadocirculo.blogs.sapo.pt">http://quadraturadocirculo.blogs.sapo.pt</a> 10-6-05	Quadratura do Círculo
29	Politik	<a href="http://bde.weblog.com.pt">http://bde.weblog.com.pt</a> 10-6-05	Blog de Esquerda (= linke Partei Portugals)
30	Politik	<a href="http://jstomar.blogspot.com">http://jstomar.blogspot.com</a> 11-6-05	Juventude Socialista de Tomar (= Jugendorganisation der Sozialistischen Partei PS in Tomar)



## 7 SPRACHLICHE UND TEXTUELLE ASPEKTE IN RUSSISCHEN WEBLOGS

### Summary

Russian blogs go back to 1999 and since that time they have developed continually both in type and number. At first they existed mostly in the form of Live Journals now there are different blog portals and blog engines used for blog generation in Russia. Blogs are a very heterogeneous text genre in which the peculiarities of other web and off-line texts are combined in the individual way. The individuality of **hypertextual** organization of Russian blogs is connected with the number and kind of content categories. **Linguistic** characteristics of blogs depend on their type: *informative* blogs have more official form and discuss scientific and professional topics and *communicative* blogs have an informal form and a wide range of discussed topics (mostly professional interests and hobbies such as software, business, photography, music etc. and personal life). Informative and communicative blogs have linguistic differences reflected in the extent of: 1) conversationality (on graphical, lexical and syntactic level), 2) rather big number of mistakes (mostly typing mistakes), 3) expressivity (new words, metaphors, and inverted word order), 4) ironical character

(word play, style mix). The most striking peculiarity of the Russian blogs is the active use of hybrid latin-kyrillic writing in words and word combinations.

### 7.1 Blogosphäre in Russland

Das Weblog, im russischsprachigen Internetsektor (Runet) auch ›dnevnik‹ (Tagebuch) genannt, beginnt seine Existenz auf russisch im November 1999, als der erste Account des russischsprachigen Users *linker* (Programmierer Ivan Matvejev) bei Live Journal (LJ) geöffnet war. Aktive Verbreitung des Bloggings in Russland ist aber Roman Leibov, dem russischen Philologen aus Tartu (Estland), zu verdanken, der seit 1.02.2001 nicht nur selbst aktiv bloggt, sondern auch seine Freunde und Bekannten miteinbezogen hat<sup>1</sup>.

Die primäre Verbreitung des Weblogs über LJ hat dazu geführt, dass gerade diese Weblogform eine Zeit lang in Russland fast die einzige und jedenfalls die populärste blieb, vgl. Gornyj (2004a: 6). Von der Popularität des LJ in Russland zeugen auch die Zahlen: Laut Statistik zählen zu den Ländern mit den meisten bei LJ geöffneten Accounts die USA (3854174), Canada (273483), Großbritannien (217648) und Russische Föderation (201466) (vgl. 30118 LJ-Accounts in Deutschland)<sup>2</sup>.

Die Situation in der russischen Blogosphäre ändert sich aber ziemlich rasch. Neben der weiteren Popularität der LJ im Runet wächst die Zahl der sogenannten ›Standalone-Blogs‹, die mithilfe von verschiedenen Weblog Publishing Systemen (z.B. Movable Type) oder über spezielle Blogportale sehr einfach zu starten sind.

Die ursprüngliche Gebundenheit des russischen Blogs an LJ hat aber dessen Forschung beeinflusst: Die m.E. einzige wissenschaftliche Behandlung des russischen Weblogs stammt von Gornyj (2004a), der jedenfalls die Besonderheiten des rus-

---

<sup>1</sup> Zur Geschichte des russischen Blogs s. »Blog«, »Zhivoy Zhurnal« in Wikipedia (<http://ru.wikipedia.org/>), Bobrovskij 2005.

<sup>2</sup> <http://www.livejournal.com/directory.bml>, Stand 2.09.05.

sischen Live Journals – RLJ – skizziert<sup>3</sup>. Von demselben Autor stammt auch die mehr als 100 Aufsätze umfassende »Webographie« (Gornyj 2004b), welche die Meldungen in den Massenmedien und Weblogeinträge zum Thema »Live Journal in Russland« enthält. Das illustriert zwei wesentliche Besonderheiten der Literatur über Weblogs in Russland: 1) die meisten Arbeiten stammen von den Journalisten oder Bloggern; 2) in den Weblog- oder Medienmeldungen geht es überwiegend um LJ.

In diesen Arbeiten wird auf solche Merkmale des Bloggings in Russland verwiesen wie:

- anderer Nutzungszweck der Weblogs als ursprünglich in den USA;
- größere kommunikative und soziale Bindung der russischen Blogger aneinander;
- andere Teilnehmercharakteristika als in der englischsprachigen Gemeinschaft.

Die hauptsächlich der Beschreibung der Ereignisse im persönlichen Leben gewidmeten Weblogs in den USA<sup>4</sup> waren in Russland von Anfang an ein Mittel, fachliche, gesellschaftliche und politische Themen mit den Gleichgesinnten zu besprechen (Vorobey 2004). Der Autor räumt zwar ein, dass im Laufe der Zeit auch in Russland genug persönliche Tagebücher erschienen sind, aber die ursprünglich ernstere Blognutzung im Runet hat die russische Blogosphäre weitgehend geprägt (vgl. die Thematik der in diesem Aufsatz untersuchten Weblogs im Anhang).

Das Weblog war primär dazu bestimmt, die anderen Leute anzusprechen, sei es zur Linkkommentierung oder zur Mitteilung persönlicher Ereignisse. Das setzt

---

<sup>3</sup> Im Weiteren werden Live Journal und die Blogs anderer Art einheitlich betrachtet, ohne auf deren Unterschiede voneinander einzugehen.

<sup>4</sup> Rebecca Blood behauptet zwar: »the original weblogs were link-driven sites« (Blood 2000), aber in ihrem »Weblog Handbook« aus dem Jahr 2002 gliedert sie schon 3 Haupttypen der Blogs aus: auf dem externen Inhalt konzentrierte »filters«, die Bloggerüberlegungen betreffende »personal journals« und die längeren Essays enthaltende »notebooks« (Blood 2002, zit. nach Herring u.a. 2004: 2). In »The Weblog Handbook« gesteht Blood: »the journal type has now become more common« (ebd., 3). Die Umfrageergebnisse von Przepiorka (2003: 9) beweisen, dass 59% der deutschen Blogger ebenfalls ihr Weblog als persönliches Tagebuch betrachten.

schon bestimmte soziale Bindung voraus und hat in russischer Kultur eine besondere Ausprägung bekommen. So meint Vorobey (2004), dass nur der russische LJ-Sektor ein Kommunikationsmilieu herausgebildet hat, welches praktisch alle Nutzer um einen einheitlichen, verschiedene Themen umfassenden und eng verflochtenen Kern verbindet, während die englischsprachigen LJ-User eher Interessen-Communities bilden. Einen der Gründe dieser ›Kollektivität‹ der russischen Blogger sieht Gornyj (2004a: 15) in den Besonderheiten des Nationalcharakters: *»Regardless of the deep political, economic and social changes in Russia during the last decade, the principle of collectivism, revealing itself in a wide spectrum of phenomena ranging from spiritual sobornost' (collegiality) to everyday conviviality, has remained deeply embedded into the national psyche and resulted in the ›communal‹ use of Internet technologies, even those designed for personal self-expression«.*

Diese Besonderheit des russischen Bloggings zieht auch die Tatsache mit sich, dass die russischen LJ-User im Durchschnitt mehr Freunde auf ihren Listen haben (durchschnittlich 20-40 in den englischsprachigen LJs und gewöhnlich dreistellige Zahlen (bis 750) in den russischsprachigen (Sekretarjov 2004)). Außerdem kommt es regelmäßig zur Bekanntschaften und Wiedersehen der Blogger im realen Leben. So beschreibt Gornyj die Protestaktion der LJ-User, die sich gegen die Ermordung eines Moskauer Studenten einsetzten (2004a: 20), Musikfestspiele Current Music sind eine regelmäßige ›reale‹ Aktivität geworden (Experiment.ru 2004), die Blogger organisieren ihre eigenen Meetings (mblog 2005). Der untersuchte Stoff zeugt auch von der Tendenz, die Blogkontakte zu ›re-virtualisieren‹: In drei der untersuchten Weblogs ([1], [6] und [24]) werden die Leser zum Wiedersehen oder zur gemeinsamen Aktion eingeladen.

Wie aus den meisten Aufsätzen über russische LJs und Weblogs ersichtlich wird, seien die Blogger in Russland durchschnittlich älter und ernster als weltweit, weil sie keine Schüler oder Studenten, sondern hauptsächlich Office-Mitarbeiter, Geschäfts-

leute, Schriftsteller oder Programmierer seien (so z.B. Experiment.ru 2004). Das für diese Arbeit gesammelte Korpus bestätigt die Richtigkeit dieser Behauptung: Der durchschnittliche russische Blogautor ist ein Mann Mitte 20, er hat studiert und arbeitet im Moment (überwiegend in der IT-Branche).

Blogosphäre in Russland
<b>Infos zu russischen Blogs</b>
<p>MBlog [256] hat die russischsprachigen Blogs zum Thema und ist mit dem eigenen thematischen Blogkatalog und Verzeichnis der Blogportale versehen. Die thematische Weblog-Suche kann man mit Hilfe von Google [257] starten. Yandex [258] bietet außer thematischer Suche auch Gestaltung des eigenen RSS-Bandes, wo man die RSS-Ströme verschiedener Blogs und andere Features vereinen kann. Auf Mail.ru [259] und Top-33 [260] findet man das tägliche Rating der am meisten besuchten Blogs. Yebplaneta [261] veröffentlichte die Angaben über die russischsprachigen Blogs, die am Weblog-Wettbewerb der Deutschen Welle 2004 am besten platziert waren. Unter InSES: In Terra [262] oder Liveinternet [263], kann man das eigene Weblog einrichten. Auf WordPress.ru [264] bekommt man Hilfe in Nutzung des gleichnamigen Weblog-Management-Systems. Eine Übersicht über verschiedene Bloggingmöglichkeiten in Russland gibt Gazeta.ru [265].</p>
<b>Ausgewählte Blogportale</b>
<p>Blog.ru [266], Blogonline.ru [267], lj.rossia.org [268]</p>
<b>Ausgewählte Blogs</b>
<p>Wmas [269], blogger@work [270], komanda.com.ru [271], Viruslist.com [272], <b>Аналитический центр</b> [273], Sell.Me [274], SoftBlog.ru [275], <b>Блогово дракона</b> [276], Dura Lex [277].</p>
<b>Weblog-FAQ und »Webographie« des Blogs</b>
<p>Häufig gestellte Fragen werden unter gala.net [278] beantwortet. In der Webographie [279] des russischen Blogs gibt es Zitate aus den Online-Publikationen sowie deren Internetadressen.</p>
<b>Ausgewählte Publikationen</b>
<p>Leibov 2003, Gornyj 2004a, Sidorova 2004, Vorobey 2004, Kotin 2005</p>

In der letzten Zeit erscheinen immer mehr Arbeiten, die nicht ausschließlich LJ beschreiben, sondern dem Weblog insgesamt gewidmet sind, vgl. Toster (<http://www.toster.ru/296/>), wo drei Gesetze des russischen Weblogs formuliert werden, die

durch diese Forschung weitgehend widerlegt sind. Nicht eindeutig sollte man auch die Ausführungen von Kotin (2005) bezüglich der Gegenwart und Zukunft des korporativen Bloggings in Russland beurteilen. Mit seiner Charakteristik Russlands als »Land der Tauben« schließt sich Kotin der Meinung des Werbeagenturvertreters Sergej Topilin an: Die russischen Firmenblogs werden entweder zur »originellen Unterhaltung« oder zur »offiziellen Ikonensammlung mit dem Appel, mithilfe der Qualitätswaren in die helle Zukunft zu gelangen« (Kotin 2005, die dt. Übersetzung von mir, L.S.). Der Autor führt außerdem Vor- und Nachteile des korporativen Bloggings, jedoch ohne konkrete Beispiele aus russischer Wirklichkeit: Nach seinen Angaben gebe es in Russland noch keine korporativen Weblogs (ebd.). Dass sich die Situation rasch ändert, zeugt eine Art Antwort auf die Publikation von Kotin, die von einem anderen Journalisten, Aleksandr Skudin, stammt. Skudin nennt nicht nur Beispiele korporativer Blogs in Russland, sondern führt auch zwei Haupttypen dieser Blogs an: die Blogs, die der internen Firmenkommunikation und der Kommunikation der Firma und ihrer Kunden dienen (Skudin 2005). Diese Medienmeldungen illustrieren sehr gut die Geschwindigkeit, mit der sich die russische Blogosphäre ändert, und auch das wachsende Interesse der Öffentlichkeit zu dieser Erscheinung.

## 7.2 Empirische Basis

Das Ziel dieses Aufsatzes ist es, möglichst objektives Bild der russischen Blogosphäre zu geben. Dazu war es beabsichtigt, 25 private und 5 korporative<sup>5</sup> russischsprachige Weblogs zu beschreiben, die möglichst per Zufall gewählt werden sollten. Aber schon die Weblogsuche war problematisch, weil es ein unifiziertes System zur Identifikation aller Blogs in russischer Sprache vorläufig nicht gibt (über die

---

<sup>5</sup> Ich benutze im weiteren den Terminus »korporativ« in bezug auf die Blogs, die nicht von einer unabhängigen Einzelperson, sondern von den Mitarbeitern einer Organisation oder Firma und im Namen dieser Organisation geführt werden. Als »professionell« werden in der russischen Sprache die Webseiten bezeichnet, die von einem Fachmann im Webdesign entwickelt wurden.

Probleme der Weblogidentifikation und deren Suche s. Toster (<http://www.toster.ru/563/>). Die existierenden Blogkataloge enthalten nur die vereinzelt ihren Autoren bekannten Seiten<sup>6</sup>. Deswegen wurde für die Korpuserstellung die Google-Suche benutzt: Die Auswahl der Blogs erfolgte per Eingabe des Suchbegriffs »блог« (»blog«) in die Google-Suchmaschine mit der Einstellung »Seiten auf Russisch«<sup>7</sup>. Aus der Liste der Webseiten wurde dann jedes 10. Blog in das Korpus aufgenommen. Die korporativen Blogs wurden durch eine extra Suche über den Suchbegriff »корпоративный блог« (»korporativnyj blog«) gewählt. Die vollständige Liste der untersuchten privaten und korporativen Blogs einschließlich Titel, Webadresse und Thema ist im Anhang angeführt.

### 7.3 (Hyper)textueller Aufbau

Als eine Web-Textsorte verfügen die russischsprachigen Blogs über die typischen Interaktions- und Navigationselemente. Ihre Vorkommenshäufigkeit in den untersuchten 30 russischsprachigen Blogs ist in den Tab. 1 und 2 angeführt.

Element	Frequenz
Kommentierung	26
Suche	23
Gästebuch	3
Umfragen	3
Layoutveränderung	2

Tab. 1: Vorkommenshäufigkeit der interaktiven Elemente (N=30).

Die Kommentarfunktion ist das häufigste interaktive Element und wird insgesamt in 26 Blogs angeboten. Jedoch ist diese Funktion nicht besonders aktiv von den Lesern benutzt: In 7 Blogs bleiben die untersuchten Einträge gar nicht kommentiert, und die Durchschnittsrate der Kommentare pro Eintrag ist 2,5<sup>8</sup>. Nutzungshäufigkeit

<sup>6</sup> S. z.B. <http://catalog.wmas.msk.ru/>, wo 86 Blogs gesammelt und mit der kurzen Charakteristik des Blogautors versehen sind, oder das Rating der russischen Blogs unter <http://top.mail.ru/Rating/Internet-Reviews/Today/Hosts/1.html#30>

<sup>7</sup> Das Wort »блог« (»blog«) bringt etwa 3820000 Suchtreffer und bildet somit den zahlreichsten Suchbegriff unter den anderen Synonymen »дневник« (»dnevnik«, = »Tagebuch«; 1960000 Treffer), живой журнал (»zhivoj zhurnal«, = Live Journal; 1200000 Treffer) und »веблог« (»weblog«; 143000 Treffer).

<sup>8</sup> Beim Errechnen der Durchschnittsrate wurden Kommentare nur zu den untersuchten Einträgen berücksichtigt, deren Umfang auf 4000 Zeichen in jedem Blog beschränkte. Außerdem wurde die

der Kommentarfunktion ist offensichtlich durch die Blogbestimmung zu erklären: Weniger Kommentare bekommen die Einträge in solchen Blogs, die primär nicht auf Kommunikation, sondern auf Information bedacht sind ([8], [9], [26], [27]). Das Fehlen der Kommentare in den kommunikativ angelegten Blogs wie [5], [13] und [19] kann man wohl auf deren Unbekanntheit dem breiten Leserkreis zurückführen und nicht auf die Entstehungszeit der Blogs. Die ältesten Blogs im untersuchten Korpus sind [2] und [3]: ihre ersten Einträge sind im August 2002 veröffentlicht, die jüngsten Blogs ([15], [17] und [28]) beginnen ihre Existenz im August 2005. Dabei kann man gar keine Abhängigkeit der Kommentarzahl von dem Entstehungsdatum beobachten.

Das andere aktiv eingesetzte interaktive Web-Instrument wie »Suche« kommt in 23 der untersuchten Blogs vor. Gästebuch, Umfragen und Layoutveränderung (auch »Skins« oder »Themes« bezeichnet) sind eher vereinzelt zu treffen. Das seltene Vorkommen der Gästebücher haben auch Herring u.a. (2004: 7) für die englischsprachigen Blogs bemerkt und erklären das teilweise durch die Besonderheiten der benutzten Software für die Generation des jeweiligen Weblogs. Jedenfalls sind die Ergebnisse in der Verwendung der typischen Interaktionselemente in den 30 untersuchten russischsprachigen Blogs ziemlich gleich, obwohl man für deren Generation verschiedene Blogsoftware nutzt (WordPress (6 mal), Movable Type, InTerra Blog Machine, Register and Live Journal (je 2 mal) sowie 16 andere bekannte Blogengines oder Autorprojekte). Dasselbe im großen und ganzen einheitliche Bild sehen wir im Einsatz der Navigationselemente, wie die Tabelle 2 illustriert.

Element	Frequenz
Links	27
Externe Inhalte	20
Counter	17
Kalender	15

Tab. 2: Vorkommenshäufigkeit der Navigationselemente (N=30).

Durchschnittsrate ohne das weit durch die Kommentarzahl herausragenden Blog [22] errechnet: In diesem Blog, das die Notizen über verschiedene Software veröffentlicht, gibt es zu jedem Eintrag von 81 bis 245 Kommentare, somit ist die Durchschnittsrate von Kommentaren in diesem Blog 197,8.



Die ursprüngliche Bestimmung der Blogs, als Linksammlung zu dienen, finden wir in 27 Blogs. Unter den in den Body-Text der Einträge integrierten Links gibt es Verweise auf externe (die Einträge anderer Blogs, Mediennachrichten, Softwareanbieterseiten usw.) und interne Seiten (andere Einträge des Blogs, Forum u.a. Dienste des Portals). Die Zahl der Links in jedem Eintrag ist verschieden. So enthält im Blog [1] jeder Eintrag von 1 bis 3 Links, und im Blog [17] gibt es nur in einem der 3 analysierten Einträge einen portalinternen Link. Die Web-Ressourcen, auf die verwiesen wird, sind überwiegend russischsprachig, was das zweite Gesetz des russischen Weblogs (<http://www.toster.ru/296/>) über die meistens englischsprachigen Sites, auf die verlinkt wird, völlig widerlegt. Die englischsprachigen Links überwiegen nur im Blog [30], viel öfter kann man aber das Überwiegen der russischsprachigen Web-Ressourcen ([1], [19], [22] u.a.) oder gar völliges Fehlen der anderssprachigen Links beobachten ([5], [15], [21] u.a.)

Externe Inhalte werden auch aktiv in der Form von Werbe- oder Ratingbannern eingebettet, die verbreitetsten davon sind Mail.ru und Rambler.ru. Counter und Kalender sind ebenfalls in etwa der Hälfte aller untersuchten Blogs angeboten.

Ein breiteres Spektrum findet sich beim unterschiedlichen Navigationslayout und in Besonderheiten der Rubrikenwahl und -bezeichnung. So gliedert sich die Seite in eine, drei oder zwei Spalten, im letzten Fall ist es die Seite mit links- oder rechtsseitigen Navigationsordnung. Die linksseitige (in 12 Blogs) und rechtsseitige Navigation (in 14 Blogs) sind etwa gleich oft im untersuchten Korpus vertreten, also überwiegt die zweispaltige Navigationsordnung deutlich.

Die Rubriken können für das ganze Portal gelten und auf der Blogseite neben den bloginternen Rubriken abgebildet sein oder auch nur als blogeigene Rubriken erscheinen. Als Beispiel der ersten Art dient Blog [26], in welchem das Weblog als eine der Portalrubriken neben Nachrichten, Analysen, Sitemap, Glossar usw. zu finden ist (oben angezeigt) und wo es gleichzeitig die für das Weblog selbst geltenden

Rubriken gibt (Kalender, Über die Autoren, Über die Firma, Umfrage – links angezeigt). Solche Navigationsordnung ist für korporative Blogs oder für große Blogportale typisch. Die individuellen Blogs haben auf der Homepage nur bloginterne Rubriken, ein typisches Beispiel dafür liefert Blog [12] mit den oben und rechts angelegten Rubriken home – über das Projekt – Links – Archiv – Schlüsselwörter – (unbetitelt) Kalender – (unbetitelt) Suche – Memories – Translation – Freunde – Einstellung<sup>9</sup>.

Private Informationen verschiedener Art werden in Blogs aktiv angezeigt. In den untersuchten Blogs sind es meistens Namen, die schon auf der Startseite in 19 Fällen

Art der Information	Frequenz
Name	23
E-Mail <sup>10</sup>	19
Beruf/Arbeit	11
Geburtsdatum	9
Foto	8
Wohnort	6
ICQ-Nummer	5

Tab. 3: Angaben zur Person (N=30).

angeführt sind. Diese Art Information erscheint in verschiedenen Varianten: als Vorname, Vorname+Nachname oder sogar in voller Form (Vorname, Vatersname, Nachname). Nicht selten ist der Name nur im Copyright im Footer der Blog-Startseite zu finden. Oft gibt es auf

der Startseite Links »Über den Autor« oder »Userinformation«, wo man auch weitere Tatsachen über die Person findet. In der Tab. 3 werden die Angaben über private Informationen angeführt, die im ganzen Blog (also nicht nur auf der Startseite des Blogs) angezeigt sind.

Die Angaben der Tabelle 3 illustrieren die Tatsache, dass es diesbezüglich keine besonderen Unterschiede von den persönlichen Webseiten (vgl. z.B. die Angaben über private Homepages in Deutschland (Bittner 2003: 98)) oder den englischsprach-

<sup>9</sup> Die Rubriken »home«, »Memories« und »Translation« sind im Originaltext auf englisch angeführt, die anderen Rubrikbezeichnungen wurden auf russisch und in kyrillischen Schrift formuliert. Solche Umschaltung von lateinischer Schrift bei Originalschreibung der englischen Wörter auf überwiegend kyrillische Schrift bei den russischsprachigen Webseiten ist nicht selten im Text und besonders bei Rubrikbezeichnungen zu finden. Ausführlicher wird über die lateinisch-kyrillische Hybridschreibung in 7.4 berichtet.

<sup>10</sup> Da wurden auch die Fälle berücksichtigt, wenn nur die Firmen- oder portaleigene E-Mail angegeben war oder wenn es die Möglichkeit gab, eine persönliche Nachricht dem Autor zu senden.

chigen Blogs (z.B. Huffaker 2004: 52) gibt. Einige Unterschiede sind mit der Geschlechtsdifferenzierung der Blogautoren verbunden. Während die weltweiten Angaben meistens etwa über die gleiche Geschlechtsverteilung unter den Blogautoren berichten (vgl. die Übersicht der Statistiken in Huffaker (2004: 25-26), sind die Frauen im untersuchten russischsprachigen Korpus nur in 3 Blogs unter den Autoren zu beobachten, dabei führen sie in allen Fällen das Blog nicht allein, sondern in der Gemeinschaft mit männlichen Autoren. Bestimmt hängt es auch mit den anderen Charakteristika der russischen Blogger zusammen: Überwiegend sind es nicht Studenten, wie es weltweit der Fall sind (vgl. die Angaben von Herring u.a. 2004: 5), sondern Web-Designer oder Netzwerkadministratoren. Die russischen Blogger sind also meistens im technischen Bereich tätig. Teenagerblogs gibt es im untersuchten Korpus nicht. Gornyj (2004:9) führt das auf den beschränkten Zugang der jüngeren Generation zum Internet zurück, was er durch die sozial-ökonomische Situation in Russland erklärt. Bei der geographischen Verteilung der Blogger stammen die meisten Blogs mit großem Abstand aus Moskau (vgl. die Statistik von dem Blogportal Liveinternet, nach welcher 4631 Blogautoren dieses Portals in Moskau leben, 1061 in Sankt-Petersburg, 557 in Novosibirsk usw.<sup>11</sup>).

Natürlich stimmen diese Auslegungen über die Bloggercharakteristika nur für die Fälle, wenn die entsprechenden Informationen angezeigt werden. In einigen Blogs gibt es überhaupt keine Information zur Person des Autors. So wird im Blog [7] z.B. grundsätzlich verkündet, dass die persönlichen Angaben der Autoren von den Verwaltern des Portals nicht angezeigt werden, was wohl die Freiheit der Meinungsäußerung stimulieren sollte. Jedoch sind diese Fälle selten, außerdem unterscheiden sie sich kaum von den anderen Blogs sowohl in der Thematik als auch in der Sprache. Eher sind die Blogautoren interessiert, durch die Angabe des Namens und anderer Informationen näher zu den Lesern zu sein, was die Eigen-PR wesentlich

---

<sup>11</sup> [http://www.liveinternet.ru/journal\\_city.php?s=](http://www.liveinternet.ru/journal_city.php?s=), Stand 2.10.2005.

verstärkt. Neben der Anführung des Namens, oft in Copyright integriert, zählen RSS und die Links zur eigenen Homepage oder eigenen Projekten (im Web-Design oder Programmieren) die häufigsten Eigen-PR-Mittel. Das persönliche oder Firmen-Logo unterstützen die Eigen-PR auf der visuellen Ebene. Sehr wirksam sind auch die ungewöhnlichen Mittel, wie es z.B. im Blog [6] mit *Copyleft :o) Alexey* (anstelle von Copyright) der Fall ist. Gerade solche originellen Möglichkeiten tragen zur Individualität der Seite bei, was den erneuten Besuch dieses Blogs zur Folge haben kann<sup>12</sup>.

Die Individualität des Bloggers offenbart sich auch in der Ausgliederung bestimmter **Inhaltskategorien**, im Rahmen welcher er seine Einträge verfasst. Ziemlich oft verzichten die Autoren auf die Kategorienuflistung ([9], [17], [20], [21], [24]), eine abweichende Möglichkeit ist auch statt der Kategorien Schlüsselwörter oder die Überschriften der populärsten Einträge anzugeben. In den meisten Fällen jedoch werden die Inhaltskategorien in der Seitenleiste und unter jedem Eintrag angezeigt. Die Kategorienzahl reicht von nur einer Kategorie im Blog [8] bis über 20 in den Blogs [13] und [14], dabei fällt die Verschiedenartigkeit der von den Autoren ausgegliederten Kategorien auf. Die populärsten Inhaltskategorien wiederholen sich maximal fünfmal und sind mit Internet, Blogs, Humor oder Hobbies verbunden, vgl. Tab. 4.

Interessant ist, dass die Blogautoren bei der Bezeichnung derselben Kategorie oft nach der Variation des Ausdrucks suchen. So wird die Kategorie »Internet« fünfmal in fünf verschiedenen Varianten bezeichnet, dabei begnügen sich die Autoren schon nicht mehr mit dem einfachen englischsprachigen Wort »Internet« (die lateinische Schreibweise ist an sich auffallend), sondern nutzen Kürzung der Metaphorischen

---

<sup>12</sup> »Would you revisit?« ist eines der insgesamt 5 Kriterien bei der Blogauswertung im PR-Bereich durch MarketingSherpa (MarketingSherpa 2005). Dieses sowie andere Kriterien – »personality«, »usefulness«, »writing style« und »usability & design« – sind mit verständlicher Erklärung versehen, somit bilden sie eine gute Grundlage für die Auswertung und Beschreibung beliebiger Blogs.

Kategorie	Originelle Bezeichnung	Frequenz
Internet	интернет, interweb, Из-иНет, Сетевая жизнь, Web	5
Verschiedenes	Разное, Всякое	5
Blogs	Блоги	5
Humor	Юмор, Забавное, Приколы, шутки и розыгрыши, Хумор	5
Persönliches	Личное, Обо мне	3
(Computer)Spiele	игры, Игрушки	3
Kino	Кино	3
Musik	Музыка, МузЫка	3

Tab. 4: Inhaltskategorien (N=30).

Bezeichnung World Wide Web (*Web*), Wortspiel (*interweb*) oder lateinisch-kyrillische und gleichzeitig groß-kleine Hybridschreibung (Из-иНет, buchstäblich: Aus-iNet). Auffallend wirken auch die Bezeichnung der Kategorie »Humor« durch die bewusst verzerrte Lesart des fremdsprachlichen Wortes (Хумор statt Юмор) und falsche Betonung des russischen Wortes zur Bezeichnung der Kategorie »Musik«, durch Großbuchstaben in der Mitte des Wortes angezeigt (МузЫка). Man kann also konstatieren, dass die Blogautoren sowohl bei der Kategorienzahl und Kategorienwahl als auch bei der Benennung einzelner Kategorien originell zu sein versuchen.

**Text-Bild-Bezug** fällt in den untersuchten Blogs meistens zugunsten des Textes aus: In 12 Blogs wird nur Text angeführt, 13 Blogs sind textlastig, d.h. die Bilder werden nicht in allen Einträgen angeführt, nur in 5 Blogs findet sich komplementärer Text-Bild-Bezug. Das äußert sich darin, dass der Text konsequent mit einem Bild versehen ist ([11]) oder darin, dass manche Einträge eines Blogs nur aus Text oder nur aus Bild bestehen [2]. Der Art nach sind die Bilder meistens Fotos [6], manchmal auch Abbildungen u.ä. [12]. Insgesamt sind die analysierten Blogs also textlastig, in 60 Prozent der Fälle werden aber die Blogtexte mit Bildern unterstützt,

was eine bestimmte Visualisierung der Darstellung liefert und somit zur Multimedialität der Textsorte beiträgt.

## 7.4 Sprachliche Aspekte und Merkmale

**Die Orthographie** ist in allen russischsprachigen Weblogs vorwiegend standard-sprachlich: Typisch ist die konsequente Kleinschreibung, die eine Norm der russischen Sprache bildet, und satzinziale Großschreibung. Die wenigen Ausnahmen, wenn das erste Wort im Satz kleingeschrieben ist oder die Wörter innerhalb des Satzes durch die Großschreibung hervorgehoben werden, hat offensichtlich verschiedene Gründe:

1. Großgeschrieben sind einige relativ neue Wörter der russischen Sprache (Интернет = Internet usw.), was der Norm des Russischen entspricht und nicht auffallend wirkt;
2. Durch die Großschreibung kann der Autor seinen besonderen Respekt zu dem Dargestellten ausdrücken oder die Wichtigkeit des Begriffs unterstreichen, z.B. Автор = Autor, Братья и Сестры = »Brüder und Schwestern«. Im Blog [15] ist die Großschreibung der hervorgehobener Wörter besonders zahlreich, wobei nicht nur Substantive, sondern auch Adjektive und Verben großgeschrieben werden, solche wie *Intellekt, Organ, Lehrer, Leben, Üblich, Hervortreten* usw. Vgl.: *Базовое свойство Интеллекта — воспринимать Привычную Картину Мира (Bazowoje svojstvo Intellekta – vospri-nimat' Privychnuju Kartinu Mira* [15], 28.08.05<sup>13</sup>).
3. Die Großschreibung der Wörter in den Überschriften ist wohl durch die Einwirkung des Englischen zu erklären, z.B. *Пять фатальных ошибок*,

---

<sup>13</sup> Im Weiteren wird die originelle Schreibweise des Eintragsautors beibehalten, d.h. die Fehler werden nicht korrigiert. Die Beispiele werden zuerst in origineller (kyrillischer) Schrift angeführt und dann übersetzt (in Einzelfällen auf Basis der sogenannten »englischen« Transliterationsart der slawischen Buchstaben auch transliteriert). Danach folgt die Blognummer im Anhang und Publikationsdatum.

*которые могут погубить все Ваши Маркетинговые Начинания (Pjat' fatal'nykh oshibok, kotoryje moguť pogubit' vse Vasbi Marketingovyje Nachinanija)* [4], 16.04.05. Es ist zu merken, dass der Autor da nicht ganz konsequent vorgeht und nicht alle vollwertigen Wortarten großschreibt, wie es nach dem Vorbild der englischen Überschriften zu erwarten wäre. Also kann man Beispiele dieser Art als Verbindung der Orientierung nach dem englischen Vorbild und der Hervorhebung durch Großschreibung betrachten.

Noch stärkere Hervorhebung mit Hilfe der Orthographie erzielen die Autoren, wenn sie die Überschrift und den ersten Satz jedes Eintrags kleinschreiben (Blog [12]). Die Aufhebung der üblichen Norm der satzinitialen Großschreibung ist hier offensichtlich das Zeichen eines besonderen Autorstils und wirkt sehr originell.

Eine andere Möglichkeiten der auffallenden Schreibweise bilden in den russischen Blogs die Wörter und Sätze, die nur aus Großbuchstaben bestehen («...возникает вопрос ›ЗАЧЕМ?‹ = »es entsteht die Frage ›WOZU?‹« [5], 3.07.05), manchmal mit anderen Mitteln der Hervorhebung vereint, z.B. die in lateinischer Schrift formulierte Überschrift *MORE POSITIVA* (=Das Meer des Positivs) [29], 18.08.05.

Die lateinische Schriftverwendung im Runet ist eine Frage für sich<sup>14</sup> und in den untersuchten Blogs viel öfter als die gemischte Nutzung der großen und kleinen Buchstaben in einem Wort<sup>15</sup> zu beobachten. Deswegen wäre es sinnvoll, die lateinisch-kyrillische Schriftmischung im Russischen als eine besondere Art Hybridschreibung zu betrachten.

Gusejnov (2000) nennt folgende Möglichkeiten der Integration der lateinischen Schrift in die russische Websprache: 1) Einschaltung eines fremdsprachigen Frag-

<sup>14</sup> Den Grund für die besondere Wichtigkeit der lateinischen Schrift im Runet sieht Olia Lialina in den Softwareproblemen, die es auf den ersten Etappen der Internetverbreitung bei der Verwendung der kyrillischen Schrift gab (Interview für Schneider und Allan 2000).

<sup>15</sup> Die Hybridschreibung aus großen und kleinen Buchstaben innerhalb eines Wortes ist in unserem Korpus praktisch nur in den Blogtiteln ([2], [7], [8], [11] usw.) und den Produktnamen (z.B. AdSense) zu beobachten.

ments (in Originalschreibung) in den russischen Text, 2) volle lateinische Transliteration eines russischen Textes, 3) die Schreibung der russischen Buchstaben, die den lateinischen Buchstaben auf der Tastatur entsprechen (so werden die russischen Buchstaben З.И. statt der lateinischen »P.S.« gebraucht), 4) Bildung der Wörter aus den Komponenten der lateinischen und kyrillischen Schrift (*выDOOMывать* statt «выдумывать»), 5) Simulation der kyrillischen Schrift mithilfe der 12 Buchstaben aus dem lateinischen Alphabet (A Y BAC KAK?).

In dem gesammelten Korpus der russischsprachigen Weblogs sind die Fälle 1, 3 und 4 vertreten, dabei ist die erste Möglichkeit – Einschaltung eines fremdsprachigen Textfragments – die häufigste und schon in vielen Blogtiteln zu finden ([1], [5], [11], [16], [20] usw.). Die eigentliche lateinisch-kyrillische Hybridschreibung innerhalb eines Wortes (Möglichkeit 4) und die nur für Eingeweihte verständliche Benutzung der russischen Buchstaben statt der lateinischen (Möglichkeit 3) sind seltener, aber linguistisch ausgefeilter.

Lateinisch-kyrillische Hybridschreibung innerhalb eines Wortes ist besonders interessant, weil es die Umschaltung der Tastatur unmittelbar beim Eintippen eines Wortes fordert. Diese Art Hybridschreibung betrifft Komposita, ua. mit Abkürzungen (*Internet-Бизнес* [4], *ZOO-парк* [7], на *nightmare*-уровне [11], к *TTL*-замеру [13], *сунеп-party* [25]) und die Fälle, wenn die englischen Ausdrücke mit russischen Wortbildungselementen und/oder Konjugationsflexionen versehen werden: *Googловский AdSense* [4], *ярлык uninstall'a* [11], *margin'ов* [23], *для поддержания Bagle-botnet'a* [26]. Offensichtlich sind diese Fälle ganz heterogen und zeugen nicht immer davon, dass sich die Anglizismen »auf der ersten Etappe ihrer Sprachassimilation« befinden, wie es Kazarjan (2004: 9) formuliert. Eher könnte man bei der Erklärung dieses Phänomens der Meinung von Gusejnov (2000) zustimmen, der in der parallelen kyrillisch-lateinischen Schreibung die Bereicherung der graphischen Möglichkeiten sieht, was die User »in die schöpferische Extase« bringe.



Ebenso wie für die E-Mails kann man für die Weblogs die »höhere Toleranz gegenüber orthographischen Fehlern« (Quasthoff 1997: 41) konstatieren. Unter 30 untersuchten russischen Weblogs wurden nur im Blog [26] keine Fehler festgelegt. In den anderen Blogs sind unterschiedliche Fehler mehr oder weniger häufig vertreten. Dabei wurden folgende Arten Fehler ausgegliedert:

1. tastaturbedingte Fehler<sup>16</sup> (Buchstabenausfall – *стрница* statt »страница« [2], überflüssiger Buchstabe – *не понрмавилась* statt »не понравилась« [5], falsche Buchstabensetzung (Anschlagfehler) – *с помощью* statt »с помощью« [8], Buchstabenwechsel (Verdreher) – *органиченную* statt »ограниченную« [3]);
2. doppelter Gebrauch desselben Wortes (*постепенно журналисты печатных изданий постепенно приходят в мир блогов* [1]);
3. falsche Kongruenz (*странички на которую попадаешь* [4] statt «...на которые...»);
4. falsche Zusammen-, Getrennt- und Strichschreibung (*в глубь* statt »вглубь« [6], *по Петербургски* statt »по-Петербургски« [16], *как-раз* statt »как раз« [23]);
5. falsche Kommasetzung (*Мы просто, уже несколько месяцев переписываемся* [7] (überflüssiges **Кomma**), *Для тех кто не в курсе* [10] – fehlendes **Кomma**)

Diese Fehler sind meistens »Ausdruck des schnellen, flüchtigen Schreibens« und nicht »Zeichen der mangelnden Bildung« (Quasthoff 1997: 41). Jedenfalls sind die Blogautoren in den Bereichen Zusammen- und Getrenntschreibung sowie bei Kommasetzung nicht so sicher. Manchmal wird die Toleranz gegenüber den Fehlern bewusst übertrieben, was mit einer besonderen »ausspracheorientierten« Haltung des Autors (oder der lautnahen Graphie) wie im Blog [5] verbunden ist (vgl. *заграда*

<sup>16</sup> Diese und auch folgende Fehlerbezeichnungen sind teilweise Runkehl/Schlobinski/Siever (1998: 36) entnommen.

*зачотней, часные, прастите, Знакомьяца*). Solche übertriebene Aufweichung orthographischer Regeln wirkt ziemlich normabweichend, was wohl als ein Mittel der Leseranziehung und aggressiver Herausforderung zum Kommentieren zu betrachten ist.

Die weiteren orthographischen Möglichkeiten sind mit der Verwendung der kursiven oder fettgedruckten Schrift in hervorhebender Funktion (Blogs [1], [6], [10] usw.) und mit der Variation der Schriftgröße verbunden (Blog [29]). Originell und gleichzeitig sehr expressiv wirken im Blog [28] die gestrichenen Wörter, die dann durch andere ersetzt werden. Vgl.: *кто дал право хулиганам понам решать...* (=wer hat den Rowdys Poppen das Recht gegeben, zu entscheiden...) [28], 14.08.2005. Das imitiert die Handkorrektur, ist in Wirklichkeit aber Mittel der bewussten Gleichsetzung des gestrichenen und des korrigierten Begriffs, was die negative Autorhaltung zum Dargestellten noch verstärkt.

Die Weblogs wie auch die anderen Textsorten im Web weisen die Tendenz zur Aufhebung der Grenzen der Mündlichkeit und Schriftlichkeit des Ausdrucks auf<sup>17</sup>. Dabei kann man die gleichzeitige Wirkung von zwei Tendenzen beobachten: Einerseits hängt die Häufigkeit der Merkmale der Alltagsrede in den (Web)Textsorten von dem Sprachregister ab<sup>18</sup>, andererseits aber vermerken die Forscher die Vereinfachung der Sprache selbst in den konservativsten Textsorten wie wissenschaftliche Abhandlung und Lehrbuch, wenn sie online publiziert werden (Morgun 2002:14). Die empirischen Beobachtungen über die Textsorte »Blog« illustrieren wenigstens die erste dieser Tendenzen: Merkmale der Mündlichkeit und Umgangssprachlichkeit wurden auf allen Sprachebenen bemerkt – der graphisch-phonetischen, lexischen

---

<sup>17</sup> Einen Forschungsüberblick der Merkmale von Mündlichkeit und Schriftlichkeit in der (deutschen) Websprache kann man z.B. in Bittner (2003: 55-68) und Schmitz (2004: 108-111) finden. Die ähnlichen Tendenzen werden für die russische Websprache vermerkt (z.B. Neschimenko 2000: 42-43; Avramova 2004).

<sup>18</sup> So analysieren Runkehl/Schlobinski/Siever (1998: 35ff.) »nicht die E-Mail, sondern ein ganz beschränktes Korpus«, das sich letztendlich in die private und universitäre E-Mails gliedert.

und syntaktischen – jedenfalls nur für eine bestimmte Art Blogs, die im Weiteren »inoffiziell« bezeichnet werden.

**Phonetische** Merkmale der Umgangssprache finden sich in der Art von Tilgungen und Assimilationen, wenn auch nur in 2 Blogs, [5] und [22]. Im Geist der allgemeinen ausspracheorientierten Haltung des Autors des Blogs [5] sind diese Merkmale reichlich vertreten: Tilgungen der Wortmitte *теперь* (statt »теперь«, =nun), *только* (»только«, =nur); Assimilation *что* (»что«, =was), Klitisierung *что-то* (»что-то«, =hier: irgendwarum). Eine Art Gegenstück zur Tilgung bildet im Russischen die Verlängerung des an sich neutralen Prädikats *нет* (=es gibt nicht) zur Form *нету*, was im Wörterbuch als umgangssprachlich markiert wird. Vgl.: *Неужели в рунете нету таких?* (=Gibt es denn im Runet keine solchen? [1], 20.08.05). Gesprächspartikeln, zu denen die in dem Deutungswörterbuch der russischen Sprache von Ozhegov und Shvedova (2003) mit speziellen Vermerk versehenen Wörter gezählt wurden, kommen in 10 der untersuchten Blogs vor.

Die umgangssprachlichen **Wörter** bilden die wichtigste Besonderheit im lexischen Bestand der untersuchten Blogs. Marker der Umgangssprachlichkeit sind dabei verschiedener Natur:

1. betonte Pluralflexion *-a*: *сервера* (Betonung auf der letzten Silbe), die neutralsprachliche Form – »серверы«, Betonung auf der ersten Silbe.
2. spezifische Suffixe bei der Bildung umgangssprachlicher Äquivalente für neutrale Bezeichnungen: Suffixe der Substantive *-шк* (*кафешка* für: кафе, =Café), *-ок* (*чуток* für: чуть, =ein bisschen), *-ух* (*показуха* für: показательные выступления, =das Schauprogramm)<sup>19</sup>, das Verbsuffix *-ну* (*отраванулся* für: отравился, =vergiftete mich).

<sup>19</sup> Dieses Beispiel stellt die sogenannte Univerbierung dar, wenn das erste Wort (Adjektiv) einer Wortverbindung das Substantivsuffix bekommt, so dass man die ganze Wortverbindung nicht mehr braucht. Sehr verbreitet sind die Univerbierungen mit dem Suffix der Feminina *-к*: *искалка* (für: поисковая система, =Suchmaschine) oder dem Suffix der Maskulina *-ик*: *почтовик* (für: почтовая программа, =E-Mail-Programm). Univerbierungen stellen einen für die Umgangssprache typischen Mischfall der (expressiven) Affigierung und Kürzung dar. Ausführlicher darüber

3. abgekürzte Wortform (*кондеи* für: кондиционеры, =Klimaanlagen), *комп* für: компьютер, = Computer).
4. umgangssprachliche Wortbedeutung - *сносит крышу* (=buchstäbl. das Dach wird abgerissen, für: j-d wird verrückt), (*компьютер*) *вешается* ((der Computer) hängt sich auf).
5. umgangssprachliche, grobe und obszöne Wortstämme und Wendungen – *ещё бы!* (umg., =Und ob!), *сопли* (umg., = Rotz), *жрать* (grob, = essen).

Das Gebrauchsspektrum der umgangssprachlichen Wörter ist sehr breit und reicht von den Weblogs, die überhaupt keine umgangssprachlichen Wörter zulassen ([8], [9], [15], [19], [27], [30]), über die Blogs mit vereinzelt Gebrauch dieser Art Lexik ([1], [4], [10], [12] ua.) zu den Blogs, die sehr umgangssprachlich orientiert sind ([3], [5], [11]). Das zeugt von der Heterogenität der Weblogs als Textsorte: Das Blogthema und die individuellen Neigungen des Autors beeinflussen unmittelbar die Häufigkeit der umgangssprachlichen Elemente.

Einen anderen verbreiteten lexischen Bereich der russischsprachigen Weblogs bilden die **Anglizismen**, meistens sind es die Bezeichnungen aus der Computerbranche, sowohl in Originalschreibung, als auch transliteriert angeführt. Die Anglizismen der Computerbranche werden unabhängig vom Blogthema gebraucht, vgl. Beispiele *google-images*, *ностинг* (=Posting) ua. im Blog [12], welches dem Thema der geistigen Entwicklung gewidmet ist. Die gebräuchlichsten Anglizismen sind also die Wörter, die unmittelbar mit der Tätigkeit des beliebigen Bloggers verbunden sind: *сайт* (=Site), *форум* (=Forum), *интернет* (=Internet), *сервер* (=Server), *блог* (=Blog) usw.

Die Fremdwörter anderer Herkunft sind auch vertreten, zum Unterschied von den erst vor kurzem in die russische Sprache eingegangenen Anglizismen der Computerbranche sind es schon lange bekannte Termini, in den meisten Fällen lateinischer

---

sowie über die anderen Möglichkeiten der Jargonismenbildung auf dem Gebiet der Computerlexik im Russischen und Deutschen s. Shchipitsina 2005: 57ff.

und griechischer Abstammung: *спектр* (lat., =Spektrum), *дискуссия* (lat., =Diskussion), *патриот* (gr., =Patriot), *аноним* (gr., =Anonym), *шанс* (fr., =Chance), *шедевр* (vom fr. chef d'œuvre, =Meisterwerk). *шрифт* (dt., =Schrift), *абзац* (dt., =Absatz), *штамм* (dt., =Stamm).

Gebrauch von fremd- sowie auch muttersprachlichen Termini zeugt von einem hohen Ausbildungsniveau der Blogautoren und bildet eine weitere Ebene der Weblogdifferenzierung. So gibt es im Blog [9] viele psychologische Ausdrücke, und der Blog [27] veröffentlicht ganze wissenschaftliche Aufsätze zum Thema der Biologie. In den meisten anderen Blogs, obwohl sie auch thematisch spezifiziert sind, werden nicht so viele Termini gebraucht. Zusammen mit der allgemeinen sprachlichen Haltung des Autors entspricht es mehr der informellen Wirkung des Blogs.

Die Differenzierung der Weblogs in der Hinsicht formell/informell wird auch durch das Vorhandensein der **expressiven** Ausdrücke charakterisiert. So zeichnen sich die Blogs [7], [11] und [28] besonders durch ihren bildlichen Charakter und ironische Haltung des Autors aus. Sehr expressiv wirkt z.B. das Blog [7] durch die Wortschöpfungen (*журналисти* = Journal+negatives Tätersuffix, *славотребование* = Ruhmforderung) und prägnante Metaphern. Die üblichen in der Websprache verbreiteten Wander- und Raummetaphern (Leibov 2000) werden hier weiterentwickelt, was z.B. die Parallele zwischen den Blogs und Schiffen illustriert: *Сколько погибших (разбившихся о рифы и севших на мель) кораблей дальнего плавания, пугают начинающих пользователей своими остовами, поникшими парусами и выцветшими надписями* (=Wieviele untergegangene (auf die Riffe oder Sandbank geratene) Hochseeschiffe schrecken die Anfänger durch ihre Wrecks, hängende Segel und verblichene Aufschriften ab) [7], 24.08.05.

Gute Ausbildung der Blogautoren und ihre ironische Gesamthaltung führen auch zur aktiven Nutzung der Stilbrüche, wenn ein veraltetes russisches Wort mit einem modernen verbunden wird. Besonders stark wirkt dieser Kontrast in der Verbindung

mit einem entlehnten Begriff aus der Computerbranche, vgl. *зело ресурсоемкая* (=sehr (altruss.) kapazitätsauslastend) [11]<sup>20</sup>. Wortspiele sind auch häufig vertreten, z.B. *по «мылу»* (per E-Mail, buchstäbl. per »Seife«, etwa die Entsprechung für »per E-Mehl«) [16], 26.08.05<sup>21</sup>.

Die gebrauchten **Abkürzungen** sind allgemeinverständliche Abkürzungen oder terminologische Abkürzungen der Computerbranche. Üblich und allen verständlich sind gesellschaftspolitische Bezeichnungen *СМИ* (средства массовой информации, = Massenmedien), *ЕС* (Европейское сообщество, = EU), *США* (Соединенные Штаты Америки, =die Vereinigten Staaten von Amerika), *РФ* (Российская Федерация, =die Russische Föderation). Zur Gruppe der allgemeinverständlichen Abkürzungen zählen auch Maßeinheiten (*42 км*: километр, =Kilometer), Konjunktionen (*т.к.*: так как, =weil) und Wortverbindungen (*и т.д.*: и так далее, =und so weiter).

Die Abkürzungen der Computerbranche sind weniger geläufig, und ohne vollständige Form, wie sie meistens im Text stehen, sind sie nur für die Spezialisten verständlich: *CMS* (=Content Management System), *MSN* (=Microsoft Network), *APS* (=Advanced Photo System). Das zusätzliche Problem bereitet die Mehrdeutigkeit vieler Abkürzungen auch innerhalb der Computerbranche. So gibt es laut Wikipedia<sup>22</sup> sieben verschiedene computerbezogene Bedeutungen für die im Blog [23] ohne Erklärung gebrauchte Abkürzung *CSS*, die noch durch weitere sieben Bedeutungen aus anderen Bereichen ergänzt werden. Insgesamt aber ist der Gebrauch solcher Abkürzungen in den untersuchten Blogs nicht sehr zahlreich, außerdem werden sie manchmal im Text erklärt, vgl.: *...ip сокращение от «internet*

---

<sup>20</sup> Galichkina (2001: 12) sieht die Mischung der terminologischen und umgangssprachlichen sowie der gehobenen und groben Lexik als eine spezifische Charakteristik der russischen und englischen Computerkommunikation.

<sup>21</sup> Ausführlicher über die Wortspiele in der russischen und deutschen Computerkommunikation s. Shchipitsina 2005: 62-63.

<sup>22</sup> <http://en.wikipedia.org>

*protocol*« [10]. Das zeugt davon, dass die Blogautoren wohl einen breiteren Leserkreis ansprechen wollen<sup>23</sup>.

Computerabkürzungen kommen im Russischen fast ausschließlich in lateinischer Schrift vor. Lateinische Schriftweise wird auch bei den bereits in den Alltag eingegangenen Bezeichnungen erhalten, die die bekannten und aktiv benutzten Gegenstände und Begriffe benennen, z.B. *SMS* (=Short Message Service), *CD* (=Compact Disc), *Gb* (=Gigabyte).

Abkürzungen anderer Art, z.B. die im Chat oder SMS typischen Akronyme wurden in den analysierten Blogs nicht beobachtet.

**Syntaktisch** gesehen weisen die russischsprachigen Blogs praktisch im gleichen Maße alle Typen der Sätze auf: einfache ein- und zweigliedrige Sätze, nicht selten erweitert durch Partizipialgruppen und gleichartige Satzglieder, Koordination und Subordination sowie asyndetisch verbundene Sätze<sup>24</sup>. Bei der Subordination sind auch verschiedene Arten der Nebensätze vertreten. Zur Illustration wird ein Satzgefüge mit einem Objekt- und einem Attributsatz angeführt: *Генри Форду говорили, что ему не найти нужное количество квалифицированных работников, которые способны собирать автомобили в большом объеме.* (=Man sagte Henry Ford, dass er nicht die nötige Zahl der qualifizierten Fachleute findet, die die Autos in großen Mengen zusammen montieren können), [14], 21.08.05.

Im Gebrauch der Satztypen gibt es aber vereinzelte Ausnahmen. So wurden in den Blogs [1] und [19] keine parataktisch verbundene Sätze beobachtet, was offensichtlich durch die Gewohnheiten der Blogautoren zu erklären ist. In den Blogs [8], [9], [10] und [27] kommen keine Ellipsen vor – das entspricht der gesamten formellen Haltung des Blogautors. Die syntaktischen Merkmale der formellen Re-

---

<sup>23</sup> Eine ähnliche Erscheinung ist der parallele Gebrauch einer muttersprachlichen terminologischen Bezeichnung und ihrer englischsprachigen Entsprechung, vgl. *безымянные блочные боксы* (*anonymous block boxes*), [23], 27.08.05.

<sup>24</sup> Zu gleichen Ergebnissen bezüglich der Syntax der wissenschaftlichen Websprache kommt Morgan (2002: 15).

dehaltung äußern sich auch in der Länge der Sätze (2-13 Wörter im einfachen Satz eines eher informell gestalteten Blogs und 6-22 Wörter in einem formellen) und dem Gebrauch zweigliedriger erweiterter Sätze, während in den weniger formellen Blogs die einfachen Sätze auch eingliedrig sein können.

Die meisten eingliedrigen Sätze in den Blogs sind definit-persönliche Sätze (originale Bezeichnung in der russischen Grammatik: *opredeljonno-lichnyje predlozhenija*) mit dem ausgelassenen Pronomen *ja* (=ich) oder *my* (=wir), was die Rede dynamischer macht. Diese Art Sätze ist in den poetischen und anderen persönlich bezogenen mündlichen und schriftlichen Textsorten verbreitet. Gebrauch solcher Sätze trägt zur Emotionalität und damit der Informalität der Rede bei, somit sind sie den elliptischen Sätzen nahe<sup>25</sup>.

Als eine besondere syntaktische Erscheinung muss man die sogenannten Isolierungen oder Parzellation betrachten. Diese Fälle werden als »interpunktionelle Abtrennung« innerhalb eines einfachen Satzes, also nicht als Ellipsen im strengen Sinne des Wortes betrachtet, vgl. *Сниму квартиру. Срочно. На долго.* (=Brauche eine Wohnung. Dringend. Für lange Zeit.) [6], 21.08.05. Die durch einen Punkt abgetrennte Satzteile bekommen eine besondere Gewichtung und erregen Aufmerksamkeit. Deswegen werden diese Erscheinungen zur expressiven Syntax gezählt.

Ein weiteres Mittel der syntaktischen Expressivität ist die Wortfolge. Als expressiv gilt im Russischen solche Wortfolge, wenn das Neue (Rhema) im Satz nicht wie gewöhnlich dem Thema folgt, sondern am Anfang oder in der Mitte des Satzes steht (Russkaja grammatika 1980: 91-92, Kozhina 1983: 155-156). Durch diese Verschiebung wird das Rhema hervorgehoben. Vgl. die Hervorhebung des Objekts mit der speziellen hervorhebenden Partikel kombiniert im folgenden Beispiel: *А вот нисъ-*

---

<sup>25</sup> So wird in *Russkaja grammatika* (1980: 120) dieser Typ Sätze nicht als eingliedriger, sondern als unvollständiger zweigliedriger Satz betrachtet. Jedenfalls verweisen die Autoren darauf, dass diese Unvollständigkeit nicht kontextabhängig, wie bei den meisten anderen unvollständigen Sätzen, sondern durch grammatische Faktoren bestimmt ist: Das ausgelassene Subjekt, z.B. das häufig in den Weblogs vertretene *ja* (=ich), lässt sich sehr leicht nachvollziehen, weil die Verbform eine unikale Flexion besitzt.



*ма написать можно* (=Und (+hervorhebende Partikel) Briefe kann man schreiben) [24], 30.08.05.

Als ein Zeichen der Umgangssprachlichkeit des Satzbaus dient die sogenannte ›assoziative Worthäufung‹ (Russkaja grammatika 1980: 209). In der mündlichen Rede widerspiegelt es die Spontanität der Gedankenäußerung, in den Blogs ist es offensichtlich auch der Grund für ungewöhnliche Wortstellung. Vgl. die Hinzufügung des Pronomens *себе* (=mir) und der Attributgruppe *своей большой* (=meiner großen) der unmittelbaren Äußerung/dem Äußerungsteil im folgenden Beispiel: *Объявил отпуск себе. Завтра в 11-00 поеду с семьей своей большой в Анапу на море* (=«Verkündete den Urlaub mir. Morgen um 11.00 fahre mit der Familie meiner großen nach Anapa zum Meer») [2], 8.08.05.

Die Expressivität des Ausdrucks unterstreichen auch die besonderen Satzarten. Ausrufesätze - und Fragesätze sind in den russischen Blogs ganz üblich (nur in 6 Blogs – [8], [9], [11], [17], [23] und [27] – sind sie nicht vertreten). Die Ausrufesätze drücken die inneren Gefühle des Schreibenden (*Проклятые дачники!* =Verdamnte Datschafahrer!, [3]) oder dienen als Anrede (*Парни!* =Kumpels!, [22]). Besonders zahlreich sind aber die Fragesätze. Meistens kommen sie als rhetorische Fragen vor, die keine Antwort haben (*Продолжение следует?* = Folgt die Fortsetzung?, [13], 10.08.05) oder die vor der unmittelbaren Antwort stehen, um die besondere Spannung zu erzeugen und das besprochene Problem bewusst zu machen, vgl.: *Думаете блоги появились в двадцатом веке? Вы неправы :)* (= (Ihr) glaubt, die Blogs sind im 20. Jahrhundert erschienen? Ihr habt nicht recht :), [1], 22.08.05.

Als häufige rhetorische Mittel dienen auch Satzabbrüche und eingeklammerte Einschübe. Satzabbrüche kommen als unvollständige Strukturen vor (*Выход: перейти на МТ или ..* =Ausweg: zu МТ zu wechseln oder ... [1], 23.08.05) und auch als vorübergehende Satzabbrüche, in denen eine bedeutungsvolle Pause (graphisch ebenfalls durch Gedankenpunkte markiert) in der Mitte oder am Ende des Satzes

entsteht. So wird durch den vorübergehenden Satzabbruch im kommenden Beispiel der Kontrast der Äußerung unterstrichen und die emotionale Haltung des Autors zum Dargestellten ausgedrückt: *Человек, выросший рядом с Тургояком, я услышал словосочетание »младший брат Байкала«... безотносительно к Тургояку* (Als Mensch, der neben Turgojak aufgewachsen ist, habe ich die Wortverbindung »der kleine Bruder von Baikal« ... nicht bezüglich Turgojak gehört). [18], 8.08.05.

Einschübe, die gewöhnlich eine Erläuterung oder Kommentar des Autors enthalten, sind auch in den Blogs oft benutzt. Vgl. den Einschub eines im Russischen ebenso abzusondernden Modalwortes in die ganze kommentierende Passage, die in Klammern steht: *Тут же программка SimWatcher проснется и вышлет (видимо, на указанный резервный номер) SMS с телефоном похитителя* (=Gleich wird das Programm(+Verkleinerungssuffix) SimWatcher erwachen und eine SMS (offensichtlich an die angegebene Reservenummer) mit der Telefonnummer des Diebes senden) [22], 1.04.05.

Expressivität der meisten Weblogs wird auch auf der **graphostilistischen** Ebene unterstützt. In den Blogs wie auch in den anderen Erscheinungsformen der Websprache (z.B. Chat oder SMS) werden Smileys gebraucht, die den Autoren erlauben, den fehlenden unmittelbaren Kontakt zum Leser mit der dazu gehörigen Gefühlsäußerung nachzuholen (vgl. Morgun 2002: 19). Zur Frage des Smileygebrauchs in den Weblogs konstatiert Huffaker (2004: 20), dass sie einerseits die Bedeutung der Äußerung unterstützen und andererseits die Vorstellung von der Haltung des Autors zu einem bestimmten Problem geben.

Im untersuchten Korpus werden Smileys in 18 Blogs gebraucht, meistens kommen sie in ihrer textuellen Abart vor. In voller Form – :-)) – sind die Smileys jedenfalls selten benutzt. Eher sind es reduzierte Varianten, so dass im Text manchmal einfach eine schließende Klammer bleibt. Überwiegend gibt es lächelnde Smileys in verschiedenen Variationen – :-), :), =), .), manchmal lachende – :-)), :)), je in einem

Blog augenzwinkernde ;), traurige :( und schockierende :0<sup>26</sup>. Einen typischen Gebrauchskontext für lächelndes Smiley illustriert das folgende Beispiel, welches eine Überschrift im Blog [20] darstellt: *GoldPage - Почему как GoldFaq.Ru :) =GoldPage – Fast wie GoldFaq.Ru :) [20], 17.07.05.*

Einige Autoren benutzen auch graphische Smileys, die ein breiteres Spektrum der Bedeutungen, auch nicht unbedingt emotionaler Art wiedergeben. So wird in



Abb. 1: Graphisches Smiley

der Passage über die aufdringliche Einladung zu einem Kirchenfest in Russland (Blog [28], 14.08.05) das Smiley mit der kirchlichen Kopfbedeckung gebraucht (s. Abb. 1; Blog [28], 14.08.05). Diese Art Smileys überschreitet deren ursprüngliche Funktion, Gefühle zu äußern, und nähert sich nach der Wirkung den Bildern.

Außer den Smileys sind unter Graphostilistik Iteration der Buchstaben oder Satzzeichen zu nennen und die schon erwähnte lautnahe Graphie (Blog [5]). Iteration der Satzzeichen kommt meistens in der hervorhebenden und emotionalisierenden Funktion vor, oft in Kombination mit anderen Mitteln der Hervorhebung. So werden im folgenden Beispiel Großschreibung, Anglizismus in der Originalschreibung und Ausrufezeicheniteration kombiniert: *NEW!!!! [2], 18.07.05.*

Buchstabeniteration widergibt eher die Besonderheiten der Aussprache. Ein aufschlussreiches Beispiel stellt dabei die Überschrift *Беедные деттти* (Beednyje dettti, =Arme Kinder) aus dem Blog [28], 19.08.05 dar, wo die Iteration der Buchstaben die ausgedehnte Aussprache einer nationalen Gruppe (Esten) imitiert. Somit setzt der Autor ein zusätzliches Mittel ein, das Thema – Kritik einer Medienmeldung über Kindergärten in Estland – zu explizieren.

**Interaktivität** im Sinne gemeinsame Themenentfaltung äußert sich ebenso wie die anderen Besonderheiten der Blogs in ganz unterschiedlichem Maße und ist mit

---

<sup>26</sup> Die ironische Haltung der Blogautoren wird durch die Ergänzung der Smileyliste um folgende Varianten illustriert: :- Terminator, :\$ - Bill Gates, :# - Chodorkovski usw. (Blog [20], 26.06.2005).

der gesamten informierend-formellen oder kommentierend-informeller Bloggestaltung verbunden. So weisen die Blogs, die eher auf Information bedacht sind und mit der distanzierten Haltung des Blogautors verbunden sind, keine Elemente der Interaktivität auf. Zu solchen werden hier Aufnahme eines Postings und verschiedene Mittel der Dialogaufnahme gezählt. Aufnahme eines Postings oder anderer Art (Web)veröffentlichung (z.B. Forumdiskussion, Zitat aus einem Buch oder Dokument uä.) erfolgt als einfacher Verweis (*как я уже писал*, =wie ich schon geschrieben habe, [30], 8.07.05.) oder wird mit eigenem Kommentar versehen (z.B. [24]). Als Einladung zum gemeinsamen Denken und Kommentieren ist die Interaktivität auch mit verschiedenen Mitteln der Dialogaufnahme verknüpft: Anreden, Fragen, Imperativformen usw. Interessant ist, dass die Aufforderung und Dialogaufnahme mit der Explizierung der eigenen Meinung begleitet ist, was eine echte Diskussion zustandebringt: *Все аккуратно, что не может не радовать, вот только дизайн как мне кажется сделан по шаблону... а так, в общих чертах больно много сходств с нашим порталом. В общем зацените* (=Alles ist ordentlich, was nicht unerfreulich wirkt, nur das Design, wie es mir scheint, nach der Schablone gemacht ist... und so, im großen und ganzen gibt es zuviele Gemeinsamkeiten mit unserem Portal. Also schätzt mal ein), [20], 17.07.05.

Die gleichzeitige Offenbarung des Autokommunikativen und des Partnerbezogenen in demselben Blog sowie andere Parallelen auf der Ebene der Textstrategien (das Grad des Autobiographischen und Fiktionalen, Blog als »Literaturversuch« und als eigentliche Tagebuchform der Darstellung, die Wiedergabe der momentanen, lebendigen Empfindung und die genau die Welt präparierende Reflexion der rationalen Vernunft; synchroner, aktueller temporaler Bezug und übertemporale sentimentelle Äußerungen), wie es von Sidorova (2004: 36) ausgegliedert wird, könnten die weitere Perspektive der Bloguntersuchung bilden.

Die Heterogenität der Weblogs als Textsorte kann man sehr gut an der durchschnittlichen **Länge der Einträge** gut sehen. Die kürzesten Einträge, die manchmal aus einem Wort in der Überschrift bestehen (jedenfalls in Kombination mit einem Foto), veröffentlicht der Autor im Blog [2]. Die längsten Beiträge mit über 1000 Wörtern sind den Blogs [17] und [23] entnommen. Auch innerhalb eines Blogs kann die Länge der Einträge stark variieren, was der Uneinheitlichkeit der Weblogs als Textsorte noch weiter beiträgt.

Bei der Sprachanalyse der russischsprachigen Blogs unseres Korpus hat sich also herausgestellt, dass deren linguistische Besonderheiten von der Art der Blogs abhängen. Eine Blogtypologie ist noch im Werdegang und somit eine Frage der extra Untersuchung<sup>27</sup>, anhand der durchgeführten Analyse kann man aber soweit grundsätzlich zwei ungleich große Gruppen ausgliedern, die sich mit der Unterscheidung korporativ / nicht korporativ nicht decken. Das sind die Blogs mit der primären Bestimmung, Informationen mitzuteilen, und die primär kommunikativ angelegten Blogs. Für die erste Art Blogs, zu denen [8], [9], [10], [12], [15], [19], [27], [30] gehören, ist die offizielle Haltung des Blogautors charakteristisch, während alle anderen kommunikativ angelegten Blogs inoffiziell wirken. Die offizielle und inoffizielle Haltung des Blogautors bestimmt die Nutzung der sprachlichen Mittel. So sind für offizielle Blogs literarische Lexik mit angemessener Zahl an Anglizismen und erhöhtem Termingebrauch typisch. Merkmale der gesprochenen Umgangssprache, expresseve Sprachmittel sowie kurze und unvollständige Sätze sind hier kaum zu treffen. In den inoffiziellen Blogs zeichnen sich die Autoren durch ihre lockere Sprachhaltung, was sich in vielen Merkmalen der Umgangssprachlichkeit und höherer Fehlerfrequenz widerspiegelt. Merkmale der Umgangssprachlichkeit finden

---

<sup>27</sup> Vgl. die oben erwähnte Blogtypologie von Blood (2002), die von Herring u.a. (2004: 3, 6) durch die Hinzufügung der k-logs (knowledge blogs) weiter entwickelt wurde oder die Unterscheidung der persönlichen und thematischen Blogs, wie es z.B. von Mosel (2005: 30) beschrieben wird. Das Verhältnis der korporativen Blogs und der k-logs (knowledge blogs) sowie der in dieser Arbeit ausgegliederten offizieller/inoffizieller Blogs wäre eine interessante Frage der weiteren Untersuchung.

sich auf der phonetischen (Tilgungen, Assimilation, Klitisierung, Gesprächspartikel), lexischen (umgangssprachliche Wörter) und syntaktischen Ebene (Ellipsen, eingliedrige Sätze mit dem ausgelassenen Subjekt, assoziative Worthäufung). Die Sprache der kommunikativ angelegten Blogs wirkt durch die hohe Zahl der Wortschöpfungen und unkonventionellen Metaphern sowie durch invertierte Wortfolge sehr expressiv. Ironische Haltung der Blogautoren, die sich besonders in den Wortspielen und Stilbrüchen äußert, ist auch für die russischen Blogs ganz typisch. Eine wichtige Besonderheit der russischsprachigen Blogs bildet die expressive Hervorhebung durch die lateinisch-kyrillische Hybridschreibung.

### 7.5 Fazit und Perspektiven

Das russische Blog ist eine heterogene und schnell wandelnde Erscheinung. Das äußert sich sowohl auf der visuellen und hypertextuellen Ebene als auch auf der inhaltlichen und sprachlichen.

Egal welche Blogsoftware benutzt wird, streben die Autoren der russischsprachigen Blogs dazu, ihre Blogs einmalig und den eigenen Zwecken entsprechend zu machen. Davon zeugt unterschiedliche hypertextuelle Bloggestaltung, einschließlich verschiedener Zahl und Auswahl der interaktiven und Navigationselemente. Besonders variationsreich sind dabei die Inhaltskategorien.

Angesichts der Heterogenität der Weblogs als Textsorte lässt sich die Frage der einheitlichen Blogtypologie noch extra untersuchen. Soweit wurde die gesamte Tendenz herausgestellt, dass sich abhängig von der Autorhaltung grundsätzlich zwei Blogtypen herauskristallisieren: die auf Information bedachte, offiziell gestaltete Blogs mit längeren Einträgen und kommunikativ orientierte inoffizielle persönliche Tagebücher, in denen jedoch ganz unterschiedliche Themen besprochen werden, meistens professioneller Art oder mit Hobbies verbunden. Die Unterscheidung korporativ/nicht korporativ deckt sich weitaus nicht mit den herausgegliederten offi-

ellen und inoffiziellen Blogtypen. Jedenfalls öffnet die Frage der Weblognutzung in Wirtschaft, Wissenschaft, Journalismus und anderen Sphären des gesellschaftlichen Lebens weitere Forschungsperspektiven.

Die Unterscheidung der offiziellen und inoffiziellen Blogs widerspiegelt sich deutlich in der Wahl der Sprachmittel und dem Vorkommensgrad folgender Merkmale:

1) Mündlichkeits- und Umgangssprachlichkeitssignale; 2) Fehlerfrequenz; 3) Expressivität und 4) ironische Haltung.

### Literatur/Internetadressen

- Avramova, A.G. (2004). »Elektronnyj diskurs v zerkale oppoziciji ›ustnyj/pis'mennyj« [Der elektronische Diskurs im Spiegel der Opposition »mündlich/schriftlich«]. In: Vestnik MGU. Serija 19. Lingvistika i mezhkulturnaja komunikacija. Nr.3. S.119-126.
- Bittner, Johannes. (2003). Digitalität, Sprache, Kommunikation. Eine Untersuchung zur Medialität von digitalen Kommunikationsformen und Textsorten und deren varietätenlinguistischer Modellierung. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- »Blog«. In: Wikipedia, svobodnaja entsiklopedija. <<http://ru.wikipedia.org/>>
- Blood, Rebecca. (2000). Weblogs: a history and perspective. <[http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html)>
- Blood, Rebecca. (2002). The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog. Cambridge MA: Perseus Publishing.
- Bobrovskij, Sergej (2005). «Istorija blogov» [Die Geschichte der Weblogs]. In: Kompjuternaja nedelja. Nr. 17. 17.-23.05.2005. <<http://kis.pcweek.ru/Year2005//N17//cp1251//Opinions//chapt1.htm>>
- Experiment.ru (2004). »29 fevralja – zhzh-festival Current Music III«. [Am 29.Februar finden LJ-Festspiele Current Music III statt]. 22.02.2004. <[http://www.experiment.ru/events/current\\_music\\_3](http://www.experiment.ru/events/current_music_3)>
- Galichkina, Elena. (2001). Spetsifika kompjuternogo diskursa na anglijskom i ruskom jazykakh (na materiale zhanra kompjuternyx konferencij) [Spezifik des Computerdiskurses in Englisch und Russisch (am Beispiel der Newsgroups)]. Avtoreferat dissertaciji ... kandidata filologicheskikh nauk. Volgograd.
- Gornyj, Evgenij (2004a). Russian LiveJournal: National specifics in the development of a virtual community. <[http://www.ruhr-uni-bochum.de/russ-cyb/library/texts/en/gornyj\\_rlj.pdf](http://www.ruhr-uni-bochum.de/russ-cyb/library/texts/en/gornyj_rlj.pdf)>
- Gornyj, Evgenij (2004b). Zhivoj Zhurnal v zerkale russkoj pressy: Vebografiya i citatnik [LiveJournal im Spiegel der russischen Medien: Webographie und Zitatbuch]. <[http://www.zhurnal.ru/staff/gornyj/texts/lj/rlj\\_biblio.html](http://www.zhurnal.ru/staff/gornyj/texts/lj/rlj_biblio.html)>
- Gusejnov G. (2000). »Drugije jazyki. Zametki k antropologii russkogo Interneta: osobennosti jazyka i literatury setevykh ljudej«. [Andere Sprachen. Notizen zu der Anthropologie des russischen Internet: Besonderheiten der Sprache und Literatur der Netzleute]. <URL: <http://nlo.magazine.ru/dog/tual/main8.html>>
- Herring, Susan; Lois Ann Scheidt; Sabrina Bonus; Elijah Wright. (2004). «Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs». Proceedings of the Hawaii International Conference on Systems Science HICSS-37. <[www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/herring.pdf](http://www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/herring.pdf)>
- Huffacker, David (2004). Gender Similarities and Differences in Online Identity and Language

- Use among Bloggers. MA Thesis, Washington DC: Georgetown University.
- Kazarjan, G. (2004). »Anglitsizmy v ruskojazyčnoj setevoj zhurnalistike« [Anglizismen in der russischsprachigen Netzjournalistik]. In: Russkij jazyk: istoričeskije sud'by i sovremennost'. Materialy 2 mezhdunarodnogo kongressa issledovatelej russkogo jazyka. Sektsija XVII. Russkij jazyk v SMI. <<http://www.philol.ru/~rlc2004/ru/abstracts/?id=17&ctype=doc>> S.8-9.
- Kotin, Maxim (2005). »Blog vsemogushthij« [Blog, das allmächtige]. Die Online-Zeitung über Werbung ADME.RU. 2.08.05. <<http://www.adme.ru/articles/2005/08/02/3543.html>>
- Kozhina, M.P. (1983). Stilistika russkogo jazyka [Stilistik der russischen Sprache]. Moskva: Prosveshchenije.
- Leibov, Roman (2000). »Jazyk risujet internet« [Die Sprache malt das Internet]. In: Gornyj, Evgenij (Hrsg., 2000). Internet i kiberkultura v Rossiji [Internet und Cyberkultur in Russland]. <[http://www.zhurnal.ru/staff/gornyj/texts/icr\\_contents.html](http://www.zhurnal.ru/staff/gornyj/texts/icr_contents.html)>
- Leibov, Roman (2003). »Nezhivoj nezhurnal: samyj modnyj adres v seti« [Der nicht-lebendige Nicht-Journal: Die modischste Netzadresse]. 23. 01.2003. <<http://www.globalrus.ru/opinions/131813/>>
- MarketingSherpa (2005). MarketingSherpa's 10 Best Blogs for 2005: Winners Named + Hotlinks for Your Surfing Pleasure. 14.06.2005. <<http://www.marketingsherpa.com/sample.cfm?contentID=2968>>
- mblog (2005). »Vtoraja konferencija bloggerov (otchet)« [Die zweite Bloggerkonferenz (Bericht)]. 23.07.2005. <[http://www.mblog.ru/archives/2005/07/23/aoia\\_eioioee\\_aeciaaia\\_ioo.html](http://www.mblog.ru/archives/2005/07/23/aoia_eioioee_aeciaaia_ioo.html)>
- Morgun, Natalja. (2002). Nauchnyj setevoj diskurs kak tip teksta [Der wissenschaftliche Netzdiskurs als Textsorte]. Avtoreferat dissertacii ... kandidata filologičeskikh nauk. Tjumen'.
- Mosel, Stephan. (2005). Praktiken selbstgesteuerten Lernens anhand der Nutzung von web-basierten Personal-Publishing-Systemen. Diplomarbeit, Universität Gießen <<http://weblog.plasticthinking.org/item/3779>>
- Neshchimenko, G.P. (2000). »K postanovke problemy »jazyk kak sredstvo transljacii kultury« [Zur Problemstellung »Sprache als Mittel der Kulturwiedergabe«]. In: Jazyk kak sredstvo transljacii kultury. Moskva: Nauka. S. 30-45.
- Ozhegov, S.I., Shvedova, N.Ju. (2003). Tolkovyj slovar' russkogo jazyka [Das Deutungswörterbuch der russischen Sprache]. In: Bol'shaja enciklopedija Kirilla i Mefodija. CD-ROM.
- Przepiorka, Sven. (2003). Weblogs und deren technische Umsetzung. Diplomarbeit, Universität Ulm. <<http://www.tzwaen.com/download/diplomarbeit-weblogs.pdf>>
- Quasthoff, Uta. (1997). »Kommunikative Normen im Entstehen: Beobachtungen zu Kontextualisierungsprozessen in elektronischer Kommunikation.« In: Sprachwandel durch Computer. Hrsg. von Rüdiger Weingarten. Opladen. S.23-50.
- Runkel, Jens, Schlobinski, Peter, Siever, Torsten. (1998). Sprache und Kommunikation im Internet: Überblick und Analysen. Opladen; Wiesbaden: Westdt. Verl.
- Russkaja grammatika. (1980). Hrsg. von N.Ju.Shvedova u.a. Band 2. Die Syntax. Moskva: Nauka.
- Sekretarjov, Nikita (2004). »Tri goda najedine so vsemi: Russkojazyčnoje obshtchestvo polzovatelej »zhivogo zhurnala« otmechajet den' svojego rozhdenija«. [Drei Jahre unter vier Augen mit allen: Die russischsprachige Gemeinschaft der LiveJournal-User begeht ihren dritten Geburtstag]. In: Nezavissimaja gazeta, 20.02.2004. <[http://ng.ru/internet/2004-02-20/10\\_livejournal.html](http://ng.ru/internet/2004-02-20/10_livejournal.html)>
- Schmitz, Ulrich. (2004). Sprache in modernen Medien. Einführung in die Tatsachen und Theorien, Themen und Thesen. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Schneider, Florian/ Allan, James. (2000). RUNET: NetCulture in Russia. Interview with Olia Lialina. In: Heise online - Telepolis. 21.02.2000. <<http://www.heise.de/tp/r4/artikel/5/5819/1.html>>
- Shchipitsina, Larissa (2005). »Osobennosti obrazovanija zhargonismov v ruskoj i nemeckoj kompjuternoj kommunikacii« [Besonderheiten der Jargonismenbildung in der russischen und deutschen Computerkommunikation]. In: Lingvistika i lingvodidaktika: sovremennye podhody: Sbornik statej. Archangelsk: Pomorskij universitet. S.48-66. (im Druck)



- Sidorova, M. (2004). »Sub'jektivnaja perspektiva teksta v otkrytom Internet-dnevnikе« [Die Subjektperspektive des Textes in einem offenen Internet-Tagebuch]. In: Russkij jazyk: istoričeskije sud'by i sovremennost'. Materialy 2 mezhdunarodnogo kongressa issledovatelej russkogo jazyka. Sektsija XVI. Tekst i diskurs. <<http://www.philol.ru/~rlc2004/ru/abstracts/?id=16&ctype=doc>> S.36-37.
- Skudin, Aleksandr. (2005). »Blogi na sluzhbe korporacij« [Die Blogs am Dienste der Firmen]. Vebplaneta/ Internet. 12.8.2005. <<http://www.webplanet.ru/print.html?id=8322>>
- Toster. »Blogoiskateli« [Die Blogsucher]. <<http://www.toster.ru/563/>>
- Toster. »Russkij Log« [Das russische Blog]. <<http://www.toster.ru/296/>>
- Vorobey, Anatoly (2004). »Russkij ZhZh« [Das russische LJ]. <<http://www.livejournal.com/users/avva/1096134.html>>
- »Zhivoj zhurnal«. In: Wikipedia, svobodnaja entsiklopedija. <<http://ru.wikipedia.org/>>

## Anhang

Nr.	Thema	Adresse	Titel
1	Blogs	<a href="http://www.mblog.ru">http://www.mblog.ru</a>	mblog: все о блогах (дневниках) (= Alles über Blogs (Tagebücher))
2	Persönliches Tagebuch	<a href="http://forum.klerk.ru/showjournal.php?journalid=3">http://forum.klerk.ru/showjournal.php?journalid=3</a>	Еще (Eshche)
3	Persönliches Tagebuch	<a href="http://www.ergeal.ru/blog/921.htm">http://www.ergeal.ru/blog/921.htm</a>	Блогово дракона (= Blog +Höhle des Drachens)
4	Business und Allgemeines	<a href="http://www.getnew.biz/blog/">http://www.getnew.biz/blog/</a>	Блог Новый Бизнес (= Blog das Neue Business)
5	Kino, Bücher	<a href="http://www.superkino.ru">http://www.superkino.ru</a>	Киноблог от SuperKino.ru (Kinoblog von SuperKino.ru)
6	Persönliches Tagebuch	<a href="http://ralex.com.ru">http://ralex.com.ru</a>	rAlex blog
7	Kritische Meinung über Blogs	<a href="http://www.adviserjournal.com/Default.aspx?j=34">http://www.adviserjournal.com/Default.aspx?j=34</a>	АнтиБлог (AntiBlog)
8	Astronomie	<a href="http://www.astrogalaxy.ru/bblog/">http://www.astrogalaxy.ru/bblog/</a>	BlogAstro
9	Psychologie	<a href="http://flogiston.ru/blog">http://flogiston.ru/blog</a>	Флогистон (Flogiston)
10	Domains	<a href="http://www.domainblog.ru/">http://www.domainblog.ru/</a>	Блог о доменах (=Blog über die Domains)
11	Software	<a href="http://softblog.ru/">http://softblog.ru/</a>	SoftBlog.ru — околософтовый блог (=neben+soft+(Adjektivendung) Blog)
12	Geistige Entwicklung	<a href="http://punto.ru/talks/">http://punto.ru/talks/</a>	Разноцветные вуали (= Bunte Schleier)
13	Computer, Internet, Persönliches	<a href="http://sageshome.net/blog/index.php/sage">http://sageshome.net/blog/index.php/sage</a>	Блог - заметки (= Blog-Notizen)
14	Business und Marketing	<a href="http://www.sellme.ru/">http://www.sellme.ru/</a>	Sell Me

Nr.	Thema	Adresse	Titel
15	Esoterik	<a href="http://ariom.ru/blog/">http://ariom.ru/blog/</a>	Блог Лотоса :: Базовое свойство Интеллекта :: современная эзотерика (=Lotosblog – Das Hauptmerkmal des Intellekts – moderne Esoterik)
16	Werbung	<a href="http://www.mastertext.spb.ru/blog/">http://www.mastertext.spb.ru/blog/</a>	Реклама глазами рекламиста AD_BLOG® (= Die Werbung mit den Augen eines Werbemachers)
17	Foto, Internet	<a href="http://irl.ru/index.php?option=com_content&amp;task=blogsection&amp;id=0&amp;Itemid=9">http://irl.ru/index.php?option=com_content&amp;task=blogsection&amp;id=0&amp;Itemid=9</a>	In Real Life - Блог
18	Linguistik	<a href="http://www.khvorostin.ruserv.com/">www.khvorostin.ruserv.com/</a>	Записки лингвиста (блог Дениса Хворостина) (=Notizen eines Linguisten (blog Denisa Khvorostina))
19	Business, IT	<a href="http://www.ironya.com/blog.html">http://www.ironya.com/blog.html</a>	Блог Павла Бобровникова (Blog Pavla Bobrovnikova)
20	Internet, PC, Humor	<a href="http://www.goldfaq.ru/modules/blog/">http://www.goldfaq.ru/modules/blog/</a>	GoldFaq.ru - Заметки модераторов (=Notizen der Moderatoren)
21	Rechtsfragen	<a href="http://www.npj.ru/dura-lex">http://www.npj.ru/dura-lex</a>	Dura Lex юридический блог – НетПроект Журнал (das juristische Blog – NetProjektJournal)
22	Software	<a href="http://blog.softring.ru/">http://blog.softring.ru/</a>	SoftRing.Blog / Заметки о полезных программах (=Notizen über die nützlichen Programme)
23	Software	<a href="http://softwaremaniacs.org/blog">http://softwaremaniacs.org/blog</a>	Маниакальный Веблог (das Maniakale Weblog)
24	Rechte der russischen Bürger	<a href="http://www.livejournal.com/community/rf2/">http://www.livejournal.com/community/rf2/</a>	Русское Общественное Движение (= die Russische Gesellschaftliche Bewegung)
25	Film, Musik, Bücher	<a href="http://sqd.ru/blog">http://sqd.ru/blog</a>	Блог - SQD.RU
26	Computerviren und Antivirusprogramme	<a href="http://www.viruslist.com/ru/weblog">http://www.viruslist.com/ru/weblog</a>	Viruslist.com - Веблог «Лаборатории Касперского» (Weblog des »Laboratoriums von Kasperskij«)
27	Biologie	<a href="http://zavalsky.inauka.ru/">http://zavalsky.inauka.ru/</a>	Известия Науки - Блоги (Завальский) (=Nachrichten der Wissenschaft – Blogs (Zaval'skij))
28	Russland, Medien	<a href="http://blog.kp.ru/users/853724/">http://blog.kp.ru/users/853724/</a>	Блог КП_Не проходим мимо! (Blog KP(der Printzeitung »Komsomol'skaja Pravda«)_Gehen Sie nicht vor vorbei!)
29	Alltag des Jugend-TV-Senders	<a href="http://www.livejournal.com/users/o2tv_team/">http://www.livejournal.com/users/o2tv_team/</a>	Редакция телеканала O2TV (Redaktion des Fernsehsenders O2TV)
30	Wirtschaft, Analysen	<a href="http://blog.analytic-center.ru/">http://blog.analytic-center.ru/</a>	Аналитический центр (=Analytisches Zentrum)

## 8 **SPRACHLICHE UND TEXTUELLE ASPEKTE IN SCHWEDISCHEN WEBLOGS**

### Summary

During the last year the Blog has entered the Swedish vocabulary and become a part of everyday knowledge. The Swedish blogosphere has expanded enormously during the spring and summer 2005, the number of Blogs is in August 2005 estimated to 18 000. In this report 30 Swedish Blogs are analysed concerning their hyper text and linguistic characteristics. The Blogs in the Corpus are very heterogeneous and the subjects vary a lot. The Blogs also differ a lot in the use of language. The majority of the bloggers use a standard written language. In some of the Blogs influences from other Computer mediated communications can be noticed, like similes and iteration. In most of the Blogs ellipses and other uncompleted sentences can be seen. A common feature is also the dialog with the reader.

### 8.1 Blogosphäre in Schweden

In Schweden ist das Blog-Phänomen noch immer recht neu. In einer Bestandsaufnahme von schwedischen Blogs 2003 war die erreichte Anzahl 281 (vgl. Isaksson/Müller, 2003: 32). Bei der Bestandsaufnahme sind jedoch nur die Blogs gezählt wor-

den, die sich bei einem Webindex (webblogsindex<sup>1</sup>, weblogs.se<sup>2</sup>, sweblogs.com<sup>3</sup>), registriert haben und sich dadurch selber als Blog bezeichnen. Internetbasierte Tagebücher, die sich bei einem Blog-Index nicht angemeldet haben, sind nicht gezählt worden, was eine Erklärung für die sehr geringe Anzahl Blogs sein kann (vgl. Isaksson/Müller, 2003: 33).

Die Blog-Autoren<sup>4</sup>, die eine längere Zeit gebloggt haben, bezeichnen sich selbst als Blogosphäre. Da die Anzahl Blogger bis vor kurzem noch ziemlich gering war, sind die Blog-Autoren in Schweden gut organisiert. Zwei Tagungen sind 2004 und 2005 organisiert worden<sup>5</sup>. Die zweite Tagung fand auch in den etablierten Medien Beachtung. Eine dritte Tagung ist für November 2005 geplant. Im letzten Jahr

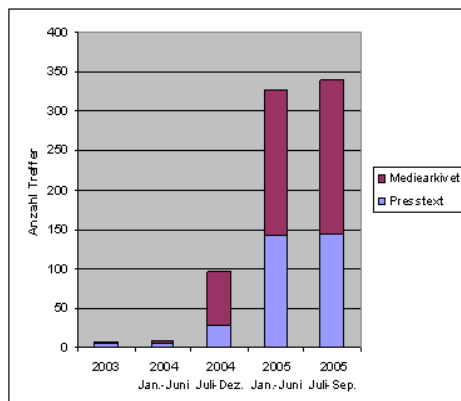


Abb. 1: Entwicklung der Anzahl Treffer für Blog in den schwedischen Pressedatenbanken

ist die Entwicklung der Anzahl Blogs mit einer Explosion zu vergleichen. Ein wichtiger Grund für diese Explosion ist das mediale Interesse an den Blogs und an dem Blog-Phänomen an sich. Eine Suche nach Treffern für »blog« (mit Trunkierung) in den schwedischen Pressedatenbanken Presstext<sup>6</sup> und Mediearkivet<sup>7</sup> ergibt folgendes Bild. Zu

der medialen Aufmerksamkeit haben auch die s. g. Medienblogs oder Journalistenblogs beigetragen. Im April hat die Boulevardzeitung Aftonbladet ein Blog auf der Homepage publiziert<sup>8</sup>. Kurz danach hat auch Expressen, eine weitere Boulevard-

<sup>1</sup> Homepage existiert nicht 10.10.2005. Frühere Adresse: <http://mymarkup.net/php/blogdatalite.php>

<sup>2</sup> Homepage existiert nicht 10.10.2005. Frühere Adresse: <http://weblogs.se>

<sup>3</sup> <http://www.sweblogs.com/>

<sup>4</sup> Unter *Blog-Autor* verstehe ich den Inhaber eines Blogs. (Andere Bezeichnung ist *Blogger*)

<sup>5</sup> <http://www.bloggforum.se>

<sup>6</sup> <http://www.presstext.prb.se/>

<sup>7</sup> <http://www.retriever-info.com/mase.php?lang=se>

<sup>8</sup> <http://www.aftonbladet.se/blogg/virtanen/>

zeitung, eine neue Blog-Sektion auf ihrer Homepage eröffnet<sup>9</sup>, wo Journalisten und Kolumnisten ihr eigenes Blog bekommen haben. Die neuen Blogs der Boulevardzeitungen sind sowohl in anderen Zeitungen (vor allem in der Tageszeitung Dagens Nyheter) als auch in der Blogosphäre kritisiert worden. Es wurde betont, dass die Journalisten schon einen Platz in etablierten Medien haben und deshalb das Blog nicht brauchen, um Information zu vermitteln. (vgl. Dagens Nyheter, 25.5.2005<sup>10</sup>). Die Kritik der Tageszeitung Dagens Nyheter zielte auch darauf hin, dass das unsortierte und undurchdachte Schreiben der Medienelite den Raum der Blogs kommerzialisieren und damit den Blog als Phänomen bedrohen. Die Kritik der Blogosphäre bestand hauptsächlich darin, dass die Medienblogs die Teile nicht nutzen, die für ein Blog charakteristisch sind, wie z.B. die Kommentarfunktion oder Verlinkung. (Beispiele dieser Kritik: Blind höna<sup>11</sup>, Bandhagen: nästa<sup>12</sup>, Kjellbergsweden.com<sup>13</sup>) Die Diskussion in den etablierten Medien hat jedoch dazu geführt, dass ›Blog‹ zu einem allgemein bekannten Begriff geworden ist und dass immer mehr Leute damit anfangen, ihr eigenes Blog zu schreiben. Neue Blog-Indexe werden gestartet, bei denen man das Blog anmelden kann, wie z.B. Bloggportalen,<sup>14</sup> der im August 2005 Premiere hatte. Ein schneller Durchgang der Blogs bei Bloggportalen zeigt, dass die Mehrheit der Blogs im Sommer 2005 (Mai-Juli) gestartet wurde. Man kann mit Recht von einem Blog-Boom sprechen! Auch in den etablierten Medien sind die Blogs als Informationsquelle eingedrungen. Ein Beispiel ist die wöchentliche Blog-Umschau bei dem seriösen Radiosender P1<sup>15</sup>.

Wie viele schwedischen Blogs gibt es heute? Die Internetzeitschrift Internetworld schätzt die Anzahl schwedischer Blogs Ende August 2005 auf über 18000 (vgl. In-

<sup>9</sup> <http://www.expressen.se/bloggen>

<sup>10</sup> <http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=1058&a=425316>

<sup>11</sup> <http://kornet.nu/blindhona/arkiv/001433.html>

<sup>12</sup> [http://www.steffanie.net/archives/2005/05/journalister\\_so.html](http://www.steffanie.net/archives/2005/05/journalister_so.html)

<sup>13</sup> <http://kjellbergsweden.blogspot.com/2005/05/expressen-bloggar.html><http://kjellbergsweden.blogspot.com/2005/05/expressen-bloggar.html>

<sup>14</sup> <http://www.bloggportalen.se>

<sup>15</sup> <http://www.sr.se/cgi-bin/ekot/artikel.asp?artikel=692780>

ternetworld, 26.8.2005<sup>16</sup>). Diese Schätzung gründen sie auf Angaben der schwedischen Blog-Provider Blogsoft<sup>17</sup>, Bloggi<sup>18</sup>, Passagen<sup>19</sup> und s-info<sup>20</sup>. Die Anzahl schwedischer Blogs bei anderen Providern sind mit Hilfe einer Suche bei Google berechnet worden. Geht man von der Anzahl registrierter Blogs bei den Blog-Indizes aus, ist die Anzahl deutlich niedriger. Bei Bloggportalen sind 1802 Blogs angemeldet (29.9.2005). Bei [nyligen.se](http://nyligen.se)<sup>21</sup> sind 1796 Blogs (29.9.2005) gelistet. Bei [nyligen.se](http://nyligen.se) sind Blogs dabei, die einen Ping<sup>22</sup> innerhalb den letzten zwei Monaten geschickt haben. Eine mögliche Schlussfolgerung könnte sein, dass die Mehrheit der Blog-Autoren das eigene Blog oder Posting an einen Blog-Index nicht anmeldet. Es gibt aber auch andere Ping-Seiten, wo die Blogs nicht gelistet werden. Bei [intressant.se](http://intressant.se)<sup>23</sup> werden Blogs nach Themen aufgezeichnet. [Var är du?](http://var.ar.du.se)<sup>24</sup> ist eine s. g. Blog-Karte, wo die Blogs geographisch geordnet werden.

Wer bloggt? Eine allgemeine Auffassung ist, dass der typische Blog-Autor ein Mann ist, der liberal wählt (vgl. z.B. [Helsingborgs dagblad](http://helsingborgs.dagblad.se), 13.12.2004<sup>25</sup>). In einer Untersuchung versucht Hans Kullin diese Auffassung zu prüfen (vgl. Kullin, 2005<sup>26</sup>). Kullin kann jedoch diese Auffassung nur zum Teil bestätigen. Die Mehrheit, 60 %, der Blogger sind zwar Männer und 53 % der Blog-Autoren würden konservativ wählen, jedoch würden 55 % der Frauen links wählen. Die Untersuchung beruht auf einem Web-Survey mit 600 Blog-Lesern, darunter waren zwei Drittel auch Blog-Autoren.

---

<sup>16</sup> [http://internetworld.idg.se/ArticlePages/200508/26/20050826111730\\_IW075/20050826111730\\_IW075.dbp.asp](http://internetworld.idg.se/ArticlePages/200508/26/20050826111730_IW075/20050826111730_IW075.dbp.asp)

<sup>17</sup> <http://www.blogsoft.se/>

<sup>18</sup> Homepage existiert nicht, 10.10.2005. Frühere Adresse: <http://www.bloggi.nu>

<sup>19</sup> <http://blogg.passagen.se/>

<sup>20</sup> <http://www.s-info.nu/>

<sup>21</sup> <http://nyligen.se/bloggar/>

<sup>22</sup> Pingen = dem Blog-Index mitteilen, dass ein neues Posting auf dem eigenen Blog gibt (<http://bloggbloggar.se/13/pinga/>)

<sup>23</sup> <http://www.intressant.se/>

<sup>24</sup> <http://svensk.lemonad.org>

<sup>25</sup> [http://hd.se/ArticlePages/200412/13/20041213161133\\_-Alla\\_anvandare-299/20041213161133\\_-Alla\\_anvandare-299.dbp.shtml](http://hd.se/ArticlePages/200412/13/20041213161133_-Alla_anvandare-299/20041213161133_-Alla_anvandare-299.dbp.shtml)

<sup>26</sup> <http://www.kullin.net>

Eine weitere Frage ist die Bedeutung der Blogs in der schwedischen Politik. In einem Bericht wird behauptet, dass die Blog-Autoren in den nächsten schwedischen Wahlen im Jahr 2006 einen wichtigen Machtfaktor ausmachen werden. (Observer Sverige, 2005<sup>27</sup>). Unter den schwedischen Ministern gibt es bisher nur ein Blog (Sozialministerin Berit Andnor<sup>28</sup>). Unter den Abgeordneten im Reichstag und unter Regionalpolitikern ist ein Blog aber nicht ungewöhnlich. (Für eine Sammlung sozialdemokratischer Blogs, siehe s-info<sup>29</sup>.)

Wissenschaftliche Publikationen zum Thema Blog (abgesehen vom Aufsatz von Isaksson/Müller, 2003) sind noch nicht erschienen.

Blogosphäre in Schweden
<b>Infos zu schwedischen Blogs</b>
Bloggportalen [217] ist ein Verzeichnis über Blogs, wo man den Blog anmelden kann. <a href="#">nyligen.se</a> [218] ist ein Blog-Portal mit neulich aktualisierten Blogs. Ein weiterer Blog-Portal ist <a href="#">Sweblogs</a> [219]. In <a href="#">intressant.se</a> [220] können interessante Postings zu einer Kategorie gefunden werden. <a href="#">ointressant.se</a> [221] zeigt uninteressante Postings. Die Blog-Karte <a href="#">Var är du?</a> [222] ordnet die Blogs geographisch. <a href="#">TjejBlog</a> [223] ist ein Blog-Portal nur für Blogs von Frauen. <a href="#">blogwalk</a> [224] zeigt eine zufällige Auswahl von neuen Postings. In <a href="#">knuff.se</a> [225] kann man nach Wörtern in schwedischen Blogs suchen.
<b>Ausgewählte Blogs</b>
<a href="#">Mymarkup</a> [226], <a href="#">Stationsvakt</a> [227], <a href="#">Blind höna</a> [228], <a href="#">Bandhagen:nästa</a> [229], Annica Tiger [230], <a href="#">Errata</a> [231], <a href="#">Biblioteksrelaterat</a> [232] Linda Skugge [233], <a href="#">Fredrik Virtanen</a> [234], <a href="#">Ebbas blogg</a> [235]
<b>Statistisches zu schwedischen Blogs</b>
<a href="#">Knuff.se</a> [225] gibt Statistik zur Verwendung einzelner Wörter.
<b>Weblog-Lexikon und Weblog-FAQ</b>
Eine Einführung zu Begriffen rund um das Blogging findet man in <a href="#">bloggbloggar.se</a> , [236] Austauschen kann man sich im Forum <a href="#">bloggliv.se</a> [237]

<sup>27</sup> <http://www.observer.se/templates/newspage.aspx?id=7167>

<sup>28</sup> <http://www.s-info.nu/page/blogg.aspx?id=1414>

<sup>29</sup> <http://www.s-info.se>

## 8.2 Empirische Basis

Die privaten Blogs sind dem Blog-Index [nyligen.se](http://nyligen.se)<sup>30</sup> entnommen worden. Hier bin ich von der Liste mit kürzlich aufdatierten Blogs ausgegangen<sup>31</sup> und habe jedes fünfzehnte Blog gewählt. Die Liste nimmt Blogs auf, die in den letzten zwei Monaten einen Ping geschickt haben. Da bei [nyligen.se](http://nyligen.se) nur wenige professionelle Blogs gelistet sind, musste bei der Auswahl der professionellen Blogs anders vorgegangen werden. Blog [26], [27] und [28] sind durch eine spezifische Suche nach professionellen Blogs gefunden worden. Die restlichen zwei Blogs ([29] und [30]) sind von einer Liste in einem Blog<sup>32</sup> ausgesucht worden. Die professionellen Blogs sind aber in unterschiedlicher Art und Weise professionell. Svenska Lloyd [29] ist eher als Reklame für die Firma zu betrachten. [Networkers.se](http://Networkers.se) [27] ist ein Forum für Leute, die mit Netzzei- tungen arbeiten. JMV Kommunikation [30] ist ein PR-Büro und hat eine ähnliche Zielsetzung wie [Networkers.se](http://Networkers.se), nämlich Nachrichten aus dem eigenen Interessenge- biet zu publizieren und zu diskutieren. Motallians [28] ist ein politischer Blog. Hier bloggen eine Gruppe von Leuten, die eine sozialdemokratische Regierung nach den Wahlen 2006 anstreben. [Biblioteksbloggen.se](http://Biblioteksbloggen.se) [26] ist ein Informationswerkzeug für die schwedischen Bibliotheken.

Von den ausgewählten Blogs sind jeweils 4000 Zeichen (mindestens) untersucht worden. Die Anzahl der untersuchten Postings pro Blog ist sehr unterschiedlich ausgefallen, die Anzahl liegt zwischen ein und fünfzehn. Inwiefern die Blog-Auto- ren Informationen zur eigenen Person auf dem Blog veröffentlichen, ist sehr unter- schiedlich unter den Blogs. Diejenigen, die als öffentliche Personen bloggen, sind mit Vor- und Nachname vertreten, z.B. Politiker (Blog [2 ]und [7]) und Schriftstel- ler (Blog [12]). Unter den restlichen Blogs sind die Blog-Autoren in den Blogs [8], [10] und [18] mit Vor- und Nachnamen zu erkennen. Bei den übrigen wird meistens

---

<sup>30</sup> <http://nyligen.se>

<sup>31</sup> <http://nyligen.se/bloggar/>

<sup>32</sup> <http://www.wpr.se/bloggar>



nur Vorname und Wohnort auf dem Blog bekannt gegeben. Eine Liste der Blogs im Korpus kann im Anhang 2 eingesehen werden.

### 8.3 (Hyper)textueller Aufbau

Der Ausdruck Hypertext wird in der Literatur für unterschiedliche Phänomene verwendet (vgl. Jakobs/Lehnen, 160: 2005). Ein wichtiges Kennzeichen ist jedoch die unmittelbare Verknüpfung von Teiltexen durch Hyperlinks (vgl. Sager: 1997: 588) »Das Grundprinzip des Hypertextes ist [...] seine Entlinearisierung, d.h. der Hypertext besteht nicht mehr aus einem einheitlichen zu rezipierenden, eben linearen Text, sondern aus [...] einem Komplex von Texten, zwischen denen so genannte Referenzverknüpfungen (links) bestehen« (Sager, 1997: 116) Die Bestandteile des Hypertexts werden durch »interne Links« zusammengehalten und können durch »externe Links« mit anderen Ganzheiten in einem übergreifenden Hypertextnetz verknüpft werden. Als Hypertextnetz kann das WWW angesehen werden (vgl. Storrer, 2000: 236). Auch die Blogosphäre kann als ein eigenes Hypertextnetz angesehen werden.

Im Zusammenhang mit der Verlinkung der Texte sind auch die Begriffe *Navigation* und *Interaktivität* wichtig (vgl. Sager, 1997: 588 f). Unter Interaktivität können verschiedene interaktive Elemente verstanden werden (vgl. Jakobs/Lehnen, 2005: 171). Erstens wird mit Interaktivität eine Mensch-Maschine-Interaktion verstanden. In der Informatik werden Programme interaktiv bezeichnet, wenn Mensch und Computer wie in einem Dialog wechselseitig dazu beitragen, dass die gewünschte Aufgabe ausgeführt wird, z.B. Links und Suchmaschinen. Zweitens kann man unter Interaktivität ein sprachliches Interagieren von Individuen, z.B. Chat und Foren, verstehen (vgl. Jakobs/Lehnen, 2005: 171). Diese zweite Auffassung von Interaktivität wird hier, um Verwechslung zu vermeiden, stattdessen als *kommunikative Funktion* bezeichnet. Wichtig für die Hypertextsorte Weblog scheint auch die *Multimo-*

*dalit* durch Einbeziehung von Bildern und anderen nicht-sprachlichen Elemente zu sein. In der Beschreibung des (hyper)textuellen Aufbaus der untersuchten Blogs wird vor allem auf die Begriffe *Navigation*, *Interaktivität (kommunikative Funktionen)*, *Verlinkung* und *Multimodalität* Bezug genommen.

- i) *Navigation*. Da die Blogs meistens mit Hilfe von einem Blog-Werkzeug erstellt worden sind, ist das Layout unter den Blogs auch ziemlich einheitlich. Die Mehrheit (15 Blogs) der untersuchten Blogs verwenden das Werkzeug Blogger<sup>33</sup>. Sieben Blogs verwenden Wordpress<sup>34</sup>. Die Postings (Beiträge) in den Blogs sind sortiert, so dass der aktuellste Beitrag oben auf der Seite zu sehen ist. Bei dem normalen Layout sind das Menü rechts und die Postings links auf der Seite platziert. Sechs Blogs weichen von diesem Layout ab, da bei diesen das Menü links statt rechts zu finden ist. Eine Ausnahme macht Blog [10] aus, da hier sowohl rechts wie links ein Menü vorhanden ist. Im Menü sind teils interne Links, die der Navigation auf dem Blog dienen, teils externe Links, die das Blog mit anderen Homepages verlinkt. Unter den internen Links sind besonders Arkiv (*Archiv*) und Links zu den letzten Postings häufig (Bezeichnungen hierfür sind u.a.: *Senaste inlägg*, *Nyaste inlägg*, *Previous posts*, *Recent posts*) wichtig, da diese in allen untersuchten Blogs vorhanden sind. Die älteren Postings sind im Archiv gespeichert und sind Monat für Monat abrufbar. Manchmal gibt es auch einen *Kalender* aus dem es hervorgeht an welchen Tag im Monat ein Posting gemacht worden ist. Dieses Datum kann angeklickt werden. Eine Kalenderfunktion gibt es in sieben der untersuchten Blogs. Auch Links direkt an die letzten Kommentare (Bezeichnungen sind u. a: *Senast kommenterat*, *Nya kommenterar*, *Senaste kommentarer*) sind in einigen Blogs vorhanden (fünf Blogs). Die Möglichkeit, die Postings zu *kategorisieren*, wird in 13 Blogs genutzt. Die

---

<sup>33</sup> <http://www.blogger.com>

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

Anzahl der Kategorien variiert zwischen drei und 29. Die Sprache in den Überschriften im Menü ist entweder Schwedisch oder Englisch. Sieben Blogs haben nur englische Bezeichnungen. In fünf Blogs ist eine Mischung zwischen Englisch und Schwedisch zu finden. Ein Beispiel hierfür ist Blog [20]: *Pages, Archives, Categories, bra musik, intressen, Länkar hit och dit, Meta*. Wahrscheinlich sind die Überschriften vom dem Blog-Werkzeug Blogger übernommen und neue sind auf Schwedisch hinzugefügt worden. Ein weiteres interaktives Element, das zur Navigation auf dem Blog dient, ist die *Suche*. Eine solche Funktion ist in 13 der Blogs vorhanden.

ii) *Kommunikative Funktionen* im Blog. Wenn man nur die Postings betrachtet, liegt hier eine einseitige Kommunikation zwischen Blogg-Autor und Leser vor. Dies kann in vieler Hinsicht mit persönlichen Homepages, Tagebüchern bei verschiedenen Communities (z.B. Lunarstorm<sup>35</sup>, Helgon.net<sup>36</sup>) verglichen werden. Die Kommunikation zwischen Autor und Leser ist aber im Blog durch verschiedene technische Hilfsmittel ermöglicht. Die Funktion das einzelne Posting zu *kommentieren* ist in fast allen untersuchten Blogs vorhanden. Sie wird zwar unterschiedlich oft genutzt, z.B. wurden in einigen der ausgewerteten Blogs zu den Postings überhaupt keine Kommentare gemacht (Blog [1], [15], [20], [25], [26], [27]). Andere Blogs fungieren eher als Foren mit lebendigen Diskussionen in den Kommentaren. Ein Beispiel ist Blog [12], wo unter den untersuchten Postings eine Diskussion mit 50 Beiträgen gefunden werden kann. Wie spontan die Interaktion zwischen Lesern und zwischen Lesern und Blog-Autor erfolgt, hängt auch mit der Frage zusammen, ob die Kommentarfunktion moderiert wird oder nicht. *Moderierung* bedeutet in diesem Zusammenhang, dass Kommentare nicht sofort auf dem Blog publiziert werden, sondern zuerst von dem Blog-Autor

---

<sup>35</sup> <http://www.lunarstorm.se>

<sup>36</sup> <http://www.helgon.net>

geprüft werden. Diese Begrenzung ist vor allem eingeführt worden, um Spam zu verhindern (vgl. [bloggbloggar.se](http://bloggbloggar.se)<sup>37</sup> und [itfrontal.de](http://itfrontal.de)<sup>38</sup>). Die Moderierung merkt man oft erst, wenn man selbst einen Kommentar abschickt. In Blog [10] kann aber folgende Bemerkung gelesen werden.

- (1) »Publiceringen modereras av hänsyn till god netikett. Därför kan det dröja upp till tolv timmar innan Ditt inlägg dyker upp.« [= Das Publizieren wird mit Rücksicht auf gute Netikette moderiert. Es kann deshalb bis zu zwölf Stunden dauern, bevor dein Kommentar erscheint.] (Blog [10])<sup>39</sup>

Auch in einem *Gästebuch* können Kommentare zum Blog gemacht werden. Hier geht es eher um das gesamte Blog und nicht um das einzelne Posting. Gästebücher habe ich jedoch nur in zwei Blogs gefunden (Blog [1] und [11]). Bei den Blog-Werkzeugen scheint das Gästebuch keine eingebaute Funktion zu sein, was eine Erklärung für die wenigen Gästebücher sein könnte. Eine weitere Möglichkeit, eine Rückmeldung zum Posting zu machen, ist mit Hilfe von *Trackbacks*. Mit Trackbacks wird ermöglicht, dass im Blog eine Notiz hinterlassen wird, dass es in einem anderen Blog ein Kommentar zu dem Posting gibt. Mit dieser Lösung können andere Blogs zum selben Thema gefunden werden. Diese Möglichkeit besteht jedoch nur, falls das aktuelle Blog Trackbacks überhaupt empfangen kann. In den untersuchten Blogs ist in 14 Blogs die Möglichkeit zum Trackback gegeben. Große Bedeutung spielt hier die Wahl des Blog-Werkzeugs. Das Blog-Werkzeug Wordpress verschickt automatisch Trackbacks, mit diesem Werkzeug können auch Trackbacks empfangen werden. Mit Blogger dagegen können keine Trackbacks empfangen werden. Möchte man trotzdem Trackbacks empfangen, kann ein externer Provider verwendet werden, z.B. Haloscan<sup>40</sup>. Im Korpus verwenden drei Blogs Haloscan. (Blog [4], [5] und [12]). Interessanterweise können auch

---

<sup>37</sup> <http://bloggbloggar.se/27/moderering/>

<sup>38</sup> [http://www.itfrontal.de/2004/12/spamschutz\\_in\\_w.html](http://www.itfrontal.de/2004/12/spamschutz_in_w.html)

<sup>39</sup> Die Übersetzung der Belege wird von mir gemacht.

<sup>40</sup> <http://www.haloscan.com>

keine eingeführten Trackbacks in den untersuchten Blogs notiert werden. Diese Möglichkeit zur Interaktivität scheint also nicht genutzt zu werden. Auch der RSS-Feed wird für den normalen Anwender nicht von Blogger unterstützt<sup>41</sup>. Stattdessen verweist Blogger auf [Feedburner.com](http://www.feedburner.com)<sup>42</sup>. Falls man den Feed abonniert, bekommt man neue Postings von einem Blog automatisch zugeschickt. In zehn der untersuchten Blogs gibt es einen Button für den RSS-Feed. Eine Kommunikation zwischen Autor und Leser kann mit Hilfe von Umfragen erreicht werden. Diese Möglichkeit gibt es jedoch nur in einem einzigen Blog im Korpus (Blog [3]). Auf dem Blog gibt es zwei Kategorien: *Gåtor* (Rätsel) und *Knepiga frågor* (knifflige Fragen). Die Response bei den Umfragen ist jedoch gering.

- iii) *Verlinkung*. Die Mehrheit der untersuchten Blogs hat im Menü eine Liste mit Links zu anderen Blogs; hier kann also eine Vernetzung innerhalb der Blogosphäre konstatiert werden. Von den 25 privaten Blogs haben 14 Blogs mindestens drei Links zu anderen Blogs. Die Links zu anderen Blogs werden auch *Blogroll* genannt. In der Mehrheit der ausgewerteten Blogs werden die Blog-Links extra bezeichnet, in anderen stehen sie zusammen mit externen Links zu anderen Homepages. Drei von den privaten und drei von den professionellen Blogs haben überhaupt keine externen Links. Eine Verlinkung erfolgt auch durch eingebettete Links in den Postings. Hier geht es zum Teil um Links zu anderen Blogs, aber vor allem um Links zu externen Homepages, um Quellen des eigenen Textes nachzuweisen. Links zu anderen Homepages sind wichtig, da der Leser sich dadurch selbst eine Meinung zum Thema machen kann (vgl. Isaksson/Müller, 2003: 12). Die Anzahl eingebetteter Links im Verhältnis zu Anzahl Blogs geht aus der folgenden Tabelle hervor:

---

<sup>41</sup> <http://help.blogger.com/bin/answer.py?answer=290&query=RSS&topic=0&type=f>

<sup>42</sup> <http://www.feedburner.com>

iv) *Text-und-Bild-Verhältnis*. Das Einfügen von Bildern scheint ein wichtiger Teil des Bloggings auszumachen. In 16 der ausgewerteten Blogs sind neben dem Text auch Bilder vorzufinden. Insgesamt ist in 42

Anzahl Links	Anzahl Blogs
0	6
1-Okt	13
Nov-20	6
21-40	5

Tab. 2 Anzahl Links im Verhältnis Anzahl Blog

Postings ein oder mehrere Bilder belegt worden. Von den untersuchten Blogs sind sieben bildlastig, d.h. mindestens der Hälfte der Postings enthält ein Bild. In der Analyse habe ich auch den Versuch gemacht, das Verhältnis zwischen Bild und Text zu bestimmen. Bei Bilddominanz unterstützt der Text das Bild (als Kommentar des Bildes). Bei Textdominanz unterstützt das Bild den Text (als Illustration). Eine Komplementärbeziehung zwischen Bild und Text liegt vor, wenn beide Informationsquellen notwendig sind, um die Gesamtbedeutung der Text-Bild-Kombination zu verstehen (vgl. Nöth, 2000: 493). In der Mehrheit (31) der untersuchten Postings dient das Bild als Illustration zum Text, ein Beispiel hierfür ist in Blog [11] zu finden:

- (2) Efter morgondagens shoppingssession med Mamselamsen, hoppas jag på lite vana prinsessor på Livrustkammaren. Kanske finns där även en och annan okysst groda. [= Nach der Shoppingssession mit Mamselamsen morgen hoffe ich auf liebeliche Prinzessinen in der Livrustkammeren. Vielleicht gibt es dort auch einen ungeküssten Frosch.] (Blog [11])



In den s. g. Mode-Blogs spielen die Bilder eine besonders große Rolle. Thematisch geht es in diesen Blogs oft um Tipps für Kleidung und andere Produkte. Die Kleidungsstücke werden im Text beschrieben und die Information wird auch durch Photos ergänzt. Hier geht es nicht um eine Illustration von einem beliebigen Kleid, sondern es geht um gerade dieses eine Kleid – deshalb ist das Bild so wichtig. Beispiele für diese Verwendung ist Blog [5], [13] und [19]. Folgendes Beispiel kommt aus Blog [19]:

- (3) Är det något danskarna är bra på, så är det att skapa mode som ger en glamourös touch till vardagen. Min favorit just nu är O by Isabell Kristensen, som har massor av fina saker till verkligt överkomliga priser. Eller vad sägs om de här topparna: [=

Gibt es etwas was die Dänen gut können, dann ist eine Mode zu erschaffen, die dem Alltag einen glamourösen Touch gibt. Mein Liebling im Moment ist O by Isabell Kristenssen, die jede menge preiswerte Sachen hat. Oder was haltet ihr von diesen Tops:



Den rosa skulle jag nog spara till lite festliga tillfällen, men den gröna hade varit perfekt att ha när man till exempel är på jobbet. [= Den rosa Top würde ich vielleicht zu feierlichen Anlässen aufheben, aber der Grüne wäre perfekt gewesen, zum Beispiel wenn man auf der Arbeit ist. (Blog [19])



### 8.4 Sprachliche Aspekte und Merkmale

Hauptsächlich konzentriere ich mich auf die Merkmale der Sprache, wo eine Abweichung von der Standardsprache festzustellen ist. Die Gliederung der Analyse lautet: *Unkonventionelle Typographie* (i), *unkonventionelle Orthographie* (ii), *Lexik* (iii), *Syntax* (iv). Die zu untersuchenden Kategorien sind oft Kategorien, die in anderen Textsorten und Kommunikationsformen im Internet schon als häufig vorkommend belegt sind. Ein Vergleich mit der Sprache in anderen neuen Medien, z.B. Chat und SMS, wird deshalb diese Analyse begleiten.

i) *Unkonventionelle Typographie. Groß/Kleinschreibung.* Im Schwedischen ist Großschreibung am Satzanfang und bei Eigennamen Standard. Dieser Standard wird in sämtlichen untersuchten Blogs eingehalten. Auf die Variante mit durchgehender Kleinschreibung, die in Chat, E-Mail und SMS belegt ist (vgl. Hård af Segerstad, 2002) wird verzichtet. Ganze Wörter in Versalien kommen in sechs der untersuchten Blogs vor. Der Gebrauch von Versalien, wird als Hervorhebung dieses Wortes verstanden, z.B.:

(4) Syftet med listan är att skapa debatt om vad barn borde se, istället för att diskutera vad de INTE borde se [= Der Zweck der Liste besteht darin zu diskutieren was

die Kinder sehen sollten, statt zu diskutieren was sie NICHT sehen sollten.] (Blog [30])

Großschreibung wird auch als Verstärkung bei Ausrufen verwendet. In Beispiel (5) kann in der Großschreibung eine Imitation von erhöhter Lautstärke mitgehört werden. Dieser Parameter ist in mehreren Untersuchungen zur Chat-Kommunikation belegt worden (vgl. z.B. Runkehl et al, 1998: 99). Im Blog-Korpus kommt dieses Phänomen jedoch nur zweimal vor.

- (5) Sjalva hälet gjorde inte så ont att laga men däremot gjorde det riktigt ont när hon fick för sig att ta bort nåt gammalt amalgam, AJAJAJ. [= Das Loch an sich hat nicht so wehgetan zu reparieren, aber dagegen tat es richtig weh, als sie altes Amalgam entfernen wollte. AUAUAUAUA] (Blog [9])

Auch auf die *Zusammenschreibung* von Wörtern wird in den ausgewerteten Blogs weitgehend verzichtet (kommt nur in zwei Blogs vor). Weglassung von Zwischenräumen wird für die Sprache in SMS als Einsparung von Zeichen verwendet. Bei den Blogs gibt es aber genug Platz, wegen Platzmangel müssen deshalb keine Zusammenschreibungen gemacht werden. In (6) wird eine Zusammenschreibung verwendet, um aus dem Satz einen Begriff zu machen.

- (6) Känner inte för snygga sommarkläder när man sommarjobbar inom vården, det är mer »denhängördetintesämycketomjagsölarner«. [= Habe keine Lust auf hübsche Sommersachen wenn man in der Krankenpflege jobbt, es ist mehr »diesesmachtesn ichtsovielfallsichschmutzigmache«(Blog [9])

Die Formatierungsmöglichkeiten *fett* (6 Blogs) und *kursiv* (11 Blogs) werden unterschiedlich verwendet. Die Hauptfunktion ist die Hervorhebung von Bestandteilen im Text, wie in den Beispielen (7), (8) und (9). Bei (7) und (9) wird fett bzw. kursiv verwendet um das wichtige hervorzuheben, bei (8) kann auch eine prosodische Betonung mitgelesen werden.

- (7) Vita **knäbyxor**. Så jag verkligen får visa upp mina **rasben**. [= Weiße Kniehosen. Damit ich wirklich meine Rassenbeine zeigen kann]. (Blog [23])
- (8) Men vad som *egentligen* hände kommer vi nog aldrig få veta... [= Aber was *eigentlich* geschah, werden wir wohl nie erfahren](Blog [3])



- (9) Kort sagt: *varför är det så svårt att sätta sig i kundens situation och skapa en service som utgår ifrån kundens behov och sätt att tänka?* [= Kurz gesagt, warum ist so schwer sich in die Situation des Kunden hereinzusetzen und eine Service zu erschaffen, die von dem Bedürfnis und Denkweise des Kunden ausgeht?] (Blog [18])

Interessant bei Blog [23] ist, dass Großschreibung, fett und rot kombiniert werden.

- (10) Och självklart!!!! **GULDVÄSKAN!!** [Und selbstverständlich!!!! **DIE GOLDTASCHEN!!**] (Blog [23])

Andere Verwendungen sind fett bei Überschriften und kursiv bei der Wiedergabe von Titeln und Zitaten. Wie wir gesehen haben, wird sowohl Kursivierung als auch Großschreibung verwendet, um Emphase auszudrücken. Das kann mit der prosodischen Emphase in der gesprochenen Sprache verglichen werden. Prosodische Emphase durch Großschreibung, fett oder kursiv wird in insgesamt neun Blogs ([2], [4], [5], [10], [17], [21], [23], [25], [30]) verwendet.

Eine Nachahmung der Emphase kann auch durch *Iteration* von Buchstaben ausgedrückt werden (für die Chat-Kommunikation, vgl. Runkehl et al, 1998: 99). Iteration von Buchstaben kommt in acht der untersuchten Blogs vor, jeweils mit ein bis zwei Vorkommen pro Blog:

- (11) Guuuud va kul det var att höra från honom, eller dem egentligen. [= Goooott wie lustig es war, wieder von ihm zu hören, oder von ihnen eigentlich.] (Blog [17])

Weitere graphostilistische Mittel sind *Smileys* und Einbindung in *Asterisken*. In der Forschung zur Chat-Kommunikation werden diese Mittel als Kompensationsstrategie für nonverbale Merkmale in der gesprochener Sprache beschrieben (vgl. Runkehl et al, 1998: 99). Im Blog-Korpus werden diese Mittel nur spärlich verwendet. Die Einbindung von Asterisken ist in drei Blogs vorhanden. Eine häufige Verwendung (acht Belege), ist nur in einem Blog, [21], der Fall. Smileys werden in acht Blogs verwendet, die gesamte Anzahl Smileys beträgt 14. Im Blog [6] finden wir ikonisierte Smileys.

- ii) *Unkonventionelle Orthographie*. Im Schwedischen gibt es einige Wörter, die neben dem Standard auch eine umgangssprachliche Form haben. Beispiele sind: *sen - sedan* [dann], *sån - sådan* [solch], *nån - någon* [jemand] und *nåt - nå-*

*got* [etwas]. Diese alltäglichen Kurzformen sind in der gesprochenen Sprache üblich und werden nicht als eine Abweichung von der Norm betrachtet (Collin, 2005:151). Die Verwendung der alltäglichen Kurzformen ist im Korpus ziemlich verbreitet und kann in 13 Blogs belegt werden. Es liegt jedoch keine konsequente Verwendung der Kurzformen vor, z.B. finden wir bei Blog [9] drei Belege mit *något* und zwei Belege mit *nåt*.

(12) Kanske är det något undermedvetet. [=Vielleicht ist es etwas Unterbewusstes.] (Blog [23])

(13) men däremot gjorde det riktigt ont när hon fick för sig att ta bort nåt gammalt amalgam [=aber dagegen tat es richtig weh, als sie etwas alte Amalgam entfernen wollte] (Blog [23])

Dagegen scheint eine Emulation der phonologischen Aussprache in der Orthographie nicht angestrebt zu werden. Im Blog-Korpus sind nur wenige Beispiele einer Aussprache ähnlichen Schreibweise. Eine Ausnahme macht der Blog [22] aus:

(14) Till brunchen på söndag på kafé AB Kjol och Bralla så blire ingen liten minikonserter med några trubadurer och/eller singersongwriters. [= Beim Brunch am Sonntag bei Café Ab Kjol och Bralle wirds kein kleines Minikonzert mit einigen Troubadouren und/oder Singersongwriters geben.] (Blog [22])

In (14) sind *blir* [wird] und *det* [es] klitisiert zu *blire*. Diese Klitisierung entspricht einer umgangssprachlichen Aussprache. Ein weiteres Beispiel dafür aus Blog [22] ist *den dära* statt *den där* [die da], eine sehr umgangssprachliche Ausdrucksweise.

(15) Det yttersta fåtal i den dära bloggisfääären som någonsin hört talas om mig [Die geringe Anzahl in der Blogosphäre, die irgendwann von mir gehört haben.] (Blog [22])

Die Kurzform *o* statt *och* [und] kann im Blog [17] belegt werden und *å* statt *och* im Blog [22].

Sehen wir uns die *Tippfehler* an, scheint dies kein großes Problem in den Blogs auszumachen. Im Unterschied zu z. B. Chat-Kommunikation, die ja in Realzeit unter Zeitdruck stattfindet, haben die Blog-Autoren unbegrenzte Zeit ihr Posting vor dem Abschicken an den Server durchzulesen und zu korrigieren. Die Fehler, die

hier aufgelistet sind, sind Fehler, die aus Versehen beim Tippen entstanden sind. Die von mir korrigierte Form wurde in eckigen Klammern gesetzt.

- Vertauschte Buchstaben: särskilt [särskilt], i stälelt [i stället]. igonrerade [ignorerade], perfekt [perfekt], verakr [verkar], Jonserde [Jonsered]
- Weggelassene Buchstaben/Wörter: ka [ska], de tämligen opersonlig [opersonliga] Ikea-varuhus, så blev det, i alla [i alla fall], prcis [precis]
- Falsche Buchstaben: Elextroluxs [Elektroluxs], lättklätta tjejer (lättklädda), Utflukten [utflykten], bizarr [bisarr]
- Überflüssige Buchstaben/Wörter: Mitt livs som hund, profilerat, , ann, nhar, Jag köpte dem på i en butik

iii) *Lexik*. Oft werden als typisches Merkmal der Lexik der Sprache in den neuen Medien Gesprächspartikeln und Interjektionen hervorgehoben (vgl. Runkehl et al, 1998: 101). Wie sieht es nun im Blog aus? *Gesprächspartikeln* als ein Zeichen für nachgeahmte Mündlichkeit kommen nur in einigen der untersuchten Blogs vor. Es wird deutlich, dass der Gebrauch sehr individuell ist. Die meisten Gesprächspartikeln finden wir im Blog [9], [21] und [23]. Beispiele für Sprechersignale, die den Anfang der Äußerung ansetzen, finden wir z.B. in folgenden Beispielen:

(16) Eh... det fanns nåt mer som snurrade i bollen på mig. [= Eh... es war noch etwas, was sich in meinem Hirn herumdrehte.] (Blog [21])

(17) Näe, vila var det som stod på tapeten. [= Nee, Ruhe war angesagt] (Blog [21])

(18) Ah, just det. Domen vi alla väntat på har ju kommit nu. Michael är oskyldig. Gäsp. [= Ah, stimmt. Der Urteil, auf den wir alle gewartet haben, ist ja da. Michael ist unschuldig. Gähnen] (Blog [9])

Gesprächspartikeln werden in der gesprochenen Sprache auch zur Gliederung der Äußerung verwendet. Diese Verwendung sehen wir auch in den untersuchten Blogs, wie in Beispiel (19):

- (19) Idag är det **GULD-skor** och **GULD-väska** som gäller. Samt..... hm.... asch jag vet inte. [= Heute sind Gold-Schuhe und Gold-Tasche dran. Und..... hm....naja, ich weiß nicht.](Blog [23])

Neben den Start- und Gliederungssignalen kommen in den Blogs auch Antwortpartikeln vor. Hier geht es oft um rhetorische Fragen an den Leser, wie bei (20):

- (20) Varför skall man ta bort dessa år, tänker nog många av Er läsare nu. Jo, för att det var en period då man såg högre mordfrekvenser samtidigt som man drog ner och ville till viss mån även avskaffa dödsstraffet. [= Warum soll man diese Jahre entfernen, denken wohl viele von Euch Lesern jetzt. Ja, weil es eine Periode war, wo man höhere Mordfrequenzen sah, gleichzeitig hat man eingespart und wollte auch die Todesstrafe abschaffen.] (Blog [2])

Die Frage muss auch nicht ausdrücklich im Text stehen, sondern kann mitverstanden werden.

- (21) [...] men igår var jag lite vågad och slog till med en Tandoori Khazana (Ja, visst är det lamm i den också, men inte bara) [= Gestern war ich etwas mutig und habe einen Tandoori Khazana genommen (Ja, stimmt, dass da auch Lamm drin ist, aber nicht nur)](Blog [14])

In der Verwendung von Antwortpartikeln wird die dialogische Anrede in den Blogs deutlich. Die Start- und Gliederungspartikeln werden dagegen nicht dialogisch verwendet, da die sich auf den eigenen Beitrag beziehen. Die Feedback-Funktion der Gesprächspartikeln, die in der gesprochenen Sprache häufig ist, kommt in den Blogs nicht vor, da im Blog keine Interaktion in Realzeit erfolgt. Gesprächspartikeln und Antwortpartikeln sind in 16 Blogs belegt worden. *Interjektionen* dienen dem Ausdruck spontaner, reaktiver Emotionen oder Bewertungen (Duden Grammatik, 2005: 604). Insgesamt werden Interjektionen in zwölf Blogs verwendet. Beispiele aus dem Korpus:

- (22) Åå, jag längtar så tills jag får träffa den söta lilla familjen! [Oh, ich sehne mich so danach, bis ich die süße kleine Familie treffen darf.] (Blog [19])
- (23) När jag kom fram till jobbet och skulle dra passerkortet upptäckte jag att plånboken var borta. Arrggh! [= Als ich dann bei der Arbeit ankam und meine Passierkarte ziehen wollte, entdeckte ich dass die Brieftasche verschwunden war. Arrggh!] (Blog [3])

In Beispiel (22) wird mit der Interjektion *åå* eine Sehnsucht ausgedrückt. In (23) ist die Emotion durch *Arrggh* eher Ärger oder Frustration.

*Umgangssprachliche Wörter* und Ausdrücke sind nicht so verbreitet, wie vielleicht erwartet. In sieben Blogs sind überhaupt keine umgangssprachlichen Wörter zu notieren. Unter den sieben sind u. a. die Politiker-Blogs [2] und [7] und drei der professionellen Blogs. Beispiele umgangssprachlicher Wörter in den anderen Blogs sind *bling-bling*, *molto*, *bergis*, *kass*, *nördig*, *schysst*, *flarra*. Zur Umgangssprache sind auch Schimpfwörter gezählt worden, wie in (24).

(24) Skicka en bil din jävla hora! [= Send ein Auto, schieß Hure!] (Blog [25])

Von den anderen Belegen in dieser Kategorie sind es zum Teil auch umgangssprachliche Phrasen, wie in Beispiel (25):

(25) och jag älskar också att grotta ned mig i de filosofiska och politiska aspekterna av bloggandet. [= und ich liebe es, mich in die philosophischen und politischen Aspekte des bloggens reinzugraben.] (Blog [6])

Ein Beispiel für eine kreative Verwendung der Sprache finden wir im Blog [3]. Auf Schwedisch muss nur ein *k* eingefügt werden, um aus *övervinna* (besiegen) *överkvinna* (Überfrau) zu machen.

(26) Jane Bond hade naturligtvis inga större problem att överkvinna Scaramanga [= Jane Bond hatte natürlich keine Probleme Scaramanga zu überfrauen.] (Blog [3])

Vergleichen wir die Blogs miteinander, können keine großen Unterschiede in der Anzahl umgangssprachlicher Wörter festgestellt werden. *Dialektale Ausdrücke* dagegen scheinen gar keine Bedeutung zu haben. Eine Kategorie, die in allen der untersuchten Blogs belegt werden kann, sind *Anglizismen*. Die Anglizismen sind aber unterschiedlich weit in der Sprache eingegliedert. Einige Wörter sind schon lange ein Bestandteil des Schwedischen und werden nicht als Abweichung vom Standard betrachtet, Beispiele aus dem Korpus sind u. a.: *second-hand shopping*, *shop*, *cateringleverantör* etc. Andere, direkt übernommene Ausdrücke, ist die Talk-show-Terminologie in Blog [8], wie z.B. *deadpan-stil*, *stoneface-duellerna*, *laidback*, *voiceover*, *payroll*. Anglizismen aus dem Computerbereich sind *spam*, *popupfönstret*, *webb-och printjournalister*, *podcasting*, *browsers*, *sajt*, *dashboard*, *ipoden*. Ein Zeichen dafür, dass ein Anglizismus im Schwedischen integriert ist, ist die schwedische Orthographie

des Wortes. Beispiele im Korpus sind *sajt* (site), *tajming* (timing), *dejta* (date). In Blog [20] kommt sowohl die Variante *sajt* als auch *site* vor. Interessant sind auch die Fälle, wo Anglizismen als Teil der Syntax verwendet werden, wie bei (27) und (28):

(27) *So far* håller i alla fall jag Desperate Housewives som vinnare i årets teveduell! [So far halte jedenfalls ich Desperate Houswives für den Sieger des TV-Duellts des Jahres] (Blog [19])

(28) *End* of samtal [End of Gespräch] (Blog [25])

Auch ganze Sätze auf werden Englisch geschrieben. Oft sind diese Sätze Film- oder Buchtitel oder sonstige Zitate. Sätze auf Englisch werden auch in den Postings-Überschriften verwendet. Ein Beispiel ist Blog [5], wo die Überschriften in zwei Postings die folgenden sind:

*Did it again...* und *It's mine - my precious*.

Eine weitere zu untersuchende Kategorie sind *Inflektive*. Hierunter wird eine Verwendung von prädikativ gebrauchten Verbstämme (Schlobinski, 2001) verstanden. Die erste Frage lautet deshalb: Gibt es Inflektive auch im Schwedischen? Eine interjektionelle Verwendung von Wurzelverben kann bei einigen schwedischen Verben gesehen werden, z. B. *snyft* und *suck* (vgl. Sundström, 2004: 76). In einem Artikel zur \*Phrasen im Web-Chat sind unter den 20 häufigsten schwedischen \*Phrasen drei Wurzelverben, nämlich \**gäsp*\*, \**garv*\*, \**suck*\* gelistet worden (Pankow, 2003). Im Blog-Korpus habe ich acht Belege mit einer interjektionellen Verwendung von Wurzelverben gefunden.

(29) Eller också kan man bara nöja sig med att kladda runt i den rent larvigt snygga sajten där varje bok presenteras. *Dregel!* [Oder auch kann man sich damit zufrieden geben auf der rein lächerlich hübsche Site rumzuschmieren, wo jedes Buch vorgestellt wird. *Sabber!*] (Blog [8])

Von den acht Belegen sind fünf durch Asterisken gekennzeichnet, diese sind alle aus dem Blog [21].

Unter *Abkürzungen* habe ich fast ausschließlich konventionelle Abkürzungen gefunden. Hier geht es vor allem um Abkürzungen für Organisationen und Zei-

tungen. Unkonventionelle Abkürzungen (z.B. *LOL*, *brb*, *asg*), die in anderen Untersuchungen für die Sprache im Chat, SMS etc. spezifisch zu sein scheinen (vgl. z.B. Hård af Segerstad, 2002: 225), sind hier kaum zu belegen. Eine Erklärung für das geringe Vorkommen im Blog ist wahrscheinlich, dass kein Zeitdruck auf die Textproduktion im Blog vorhanden ist. Hier liegt auch keine begrenzte Anzahl Zeichen vor, wie der Fall bei der SMS-Kommunikation ist.

iv) *Syntax*. Sowohl einfache, komplexe als auch unvollständige Sätze sind in den ausgewerteten Blogs vorhanden. Die Verteilung unterscheidet sich jedoch unter den Blogs. Eine gewisse Korrelation kann zwischen der Thematik des Blogs und der Komplexität der Syntax festgestellt werden. Das untersuchte Posting in Blog [2] wurde eher wie ein wissenschaftlicher Text mit Quellenangaben geschrieben. Die Anzahl komplexer Sätze überwiegt. Sehen wir uns den Blog [23] an, in dem es um das Alltagsleben der Autorin geht, sieht die Verteilung anders aus. Hier überwiegen die einfachen und unvollständigen Sätze. Eine absolute Korrelation kann jedoch nicht herausgelesen werden, auch in den weniger formellen Blogs sind komplexere Sätze mit vielen Erweiterungen vorhanden. Beispiel aus Blog [5] mit den Themen Mode und Musik:

- (30) T.ex lär det ska finnas Frye boots i nästan alla färger och storlekar och färger för 1500:-, vilket i mina ögen ter sig som ett rätt sjysst pris, även om jag själv nog känner att de har blivit lite för mycket var mans egendom för att kännas riktigt superheta. [= Z.B soll es Frye Boot in fast allen Farben und Größen für 1500:- geben, was in meinen Augen als ein recht guter Preis erscheint, auch wenn ich selbst das Gefühl habe, dass sie jedermanns Eigentum geworden sind, um sich ganz heiß anzufühlen.] (Blog [5])

Lange Sätze sind auch bei Blog [1] vorhanden. Hier erzählt der Schüler Agaton über seine Schulferien. Charakteristisch für Agaton sind Aufzählungen, wie im folgenden Beispiel:

- (31) Vi har spelat, övat, ätit, spelat, ätit, pausat, spelat, ätit, fikar och så spelade vi lite innan vi gick och lade oss. [= Wir haben gespielt, geübt, gegessen, gespielt, Pause gemacht, gespielt, gegessen, Kaffee getrunken und dann spielten wir noch ein bisschen, bevor wir ins Bett gingen.] (Blog [1])

Auch unter den Postings zu verschiedenen Themen innerhalb demselben Blog können Unterschiede hinsichtlich der Komplexität festgestellt werden, wie z.B. im Blog [6]. In einem Posting über die schwedische Blogosphäre sind fast ausschließlich alle Sätze komplex (elf Sätze von 13 insgesamt). In einem anderen Posting desselben Blogs wird eine Eissorte beschrieben, hier besteht der Text aus einfachen kürzeren Sätzen (sechs von acht).

Unvollständige Sätze kommen in fast allen untersuchten Blogs vor. Unter Satz verstehe ich hier einen graphischen Satz, der mit großem Anfangsbuchstaben und mit Punkt/en, Fragezeichen oder Ausrufezeichen beendet wird. Als unvollständig wird der Satz betrachtet, wenn kein Prädikat und/oder Subjekt vorhanden ist (vgl. Språkriktighetsboken, 2005: 335). Bei der Mehrheit der Belege geht es um Sätze mit einer Reduktion des Subjektes. Erstens geht es um die Auslassung von ›ich‹. In der Schwedischen Akademiegrammatik wird dieses Phänomen als Ellipse des Subjektes in erster Person bezeichnet (vgl. Teleman et al 1999: 965.)

- (32) Tycker alltid att det är kul att försöka leta reda på personer på nätet [= Finde immer, dass es Spaß macht, Personen im Netz zu suchen] (Blog [6])

Zweitens geht es um die Reduktion eines redundanten Subjektes (*det*)

- (33) Läter jätteknappt, jag vet, men ni får ta mig på orden att de är fina. [= Hört sich sehr verrückt an, ich weiß, aber ihr müsst mir glauben, dass sie schön sind.] (Blog [5])

Syntaktische Reduktionen dieser Art sind auch in anderen Untersuchungen zur Sprache der neuen Medien belegt worden. Collin (2005: 144) kann Reduktionen vom Subjekt in erster Person in Forendiskussionen im Internet belegen. Hård af Segerstad belegt dieses Phänomen sowohl in E-Mail, Web-Chat und SMS. Sie gibt als Erklärung für die SMS-Sprache an, dass die Reduktion geschieht, um die Anzahl Zeichen zu verringern (vgl. Hård af Segerstad, 2002: 254). Collin meint für die Sprache der Diskussionsforen, dass der Autor eher das Subjekt auslässt, um einen angemessenen Stil zu erreichen; man möchte informell und einfach schreiben (vgl. Collin, 2005: 144). In den ausgewerteten Blogs können insgesamt 45 Sätze mit



Reduktion des Subjektes belegt werden. In Blog [9] beträgt die Anzahl 14. Bei den übrigen Blogs liegt die Anzahl zwischen eins und neun.

In den untersuchten Blogs kommen jedoch auch andere Formen von unvollständigen Sätzen vor. Zum einen geht es um Sätze, die grammatisch gesehen ein Teil des vorhergehenden Satzes sind (vgl. Språkriktighetsboken, 2005: 336). Diese Sätze sind abhängig von dem vorhergehenden Satz. In (34) sind die Sätze dieser Art unterstrichen.

- (34) Den kerubliknande Paul Shaffer är den mest bizarra av de tre, faktiskt en av de märkligaste figurerna i tv överhuvudtaget. Knappt en tvärhand hög med blankpolerad flint och Elton John-glasögon, av obestämbar ålder och oklar sexuell läggning. Sannolikt den flitigast filmade sidekicken – Letterman lutar sig mot honom efter nästan varje skämt och fikar efter stödskratt (och får som respons Shaffers version av skratt, ett på gränsen till gällt »aaAAAAAaahh!«). En åldrad queen som skänker glamour åt Daves alltmer gubbiga ältanden. [= Der kerubähnlichen Paul Shaffer ist der bizarrste von den drei, tatsächlich einer der seltsamsten Figuren im Fernsehen überhaupt. Kaum eine Querhand hoch mit glatt polierter Glatze, von unbestimmtem Alter und unklarer sexuellen Veranlagung. Wahrscheinlich der am häufigsten gefilmte Sidekick - Letterman lehnt sich gegen ihn fast nach jedem Scherz und jagt nach Unterstützungslachen (und bekommt als Widerhall Shaffers Version des Lachens, ein fast schrilles aaAAAAAaahh!). Eine veraltete Queen, die den immer mehr Altmänneräußerungen von Dave einen Glamour schenkt.] (Blog [8])

In diesem Abschnitt sind drei unvollständige Sätze vorhanden. Die Sätze, die Attribute zum Subjekt *Paul Schiffer* sind, gehören grammatisch zu dem ersten Satz und hätten auch innerhalb der Satzgrenze stehen können. Hier wird mit den nachgestellten Attributen das Subjekt näher präzisiert. Ein weiteres Beispiel für ein Satzfragment ist:

- (35) Den här väskan hittade jag på Zamba på Bondegatan. Zamba är en liten butik med väldigt mycket spetsar och volanger (tyvärr), men väskan var mycket fin. Lagom »utgångs« storlek, snygg färg, gillar kedjorna. På rea dessutom. [= Diese Tasche fand ich bei Zamba auf Bondegatan. Zamba ist ein kleiner Laden mit vielen Spitzen und Volants (leider), aber die Tasche war sehr hübsch. Richtige »Ausgeh«größe, hübsche Farbe, mag die Ketten. Im Angebot außerdem.] (Brittas blog)

Im Beispiel oben bezieht sich *Lagom »utgångs« storlek, snygg färg* [richtige »Ausgeh«größe, hübsche Farbe] auf *väskan* [die Tasche]. Die Tasche wird hier mit Hilfe der Attribute präzisiert. Die grammatische Verbindung zwischen den beiden

Sätzen ist aber nicht so deutlich wie in (34). In (36) ist der unvollständige Satz eher ein Kommentar zum vorhergehenden Satz als ein Attribut des Subjektes.

- (36) Jajamensan, dina gamla texter finns bevarade i digitala arkiv lite varstans. Bl.a hos Internet Archive och det svenska Kulturarw3. [= Stimmt, deine alten Texten sind hier und da in digitalen Archiven aufbewahrt. U.a. im Internet Archive und im schwedische Kulturarw3] (Blog [6])

Im Korpus sind auch Beispiele von Satzäquivalenten gefunden worden. Diese Sätze können selbständig stehen, sind aber trotzdem unvollständig (vgl. Språkriktighetsboken, 2005: 336). Der Satz in (37) steht am Anfang des Postings und fungiert deshalb als eine Überschrift oder als eine Beschreibung der Situation:

- (37) Disigt och varmt idag [= Diesig und warm heute] (Blog [17])

Unter den unvollständigen Sätzen finden wir auch kurze expressive Ausrufe, wie in Beispiel (38) und (39):

- (38) Föreställ dig då min glädje över att hitta den på Agnes dator häromveckan när jag passade på att sno med mig lite låtar på ipoden. Fantastiskt! [= Stell dir denn meine Freude vor, als ich letzte Woche es im Agnes Computer fand, als ich die Gelegenheit nutzte einige Lieder mit auf den Ipod zu klauen. Fantastisch!] (Blog [3])

- (39) Wow! Rock n´ roll asså! [= Wow! Rock n´ roll und so!] (Blog [6])

In einigen Blogs sehen wir auch eine Aufreihung von kurzen unvollständigen Sätzen, die an den Telegrammstil erinnert.

- (40) Ska på kurs i morgon. Förflyttningsteknik. Suck. [= Soll zu einem Kurs morgen. Versetzungstechnik. Seufz.] (Blog [9])

Unvollständige Sätze können in allen den untersuchten Blogs belegt werden. Insgesamt sind 147 unvollständige Sätze gefunden. Auch in den Politiker-Blogs kommen kurze unvollständige Sätze vor:

- (41) Vadå försvara sig? [= Wieso sich verteidigen?](Blog [7])

Ein weiteres syntaktisches Merkmal der untersuchten Blogs ist der Gebrauch von mehreren Punkten in der Mitte oder am Ende des Satzes. Dieses Merkmal kommt in 17 der Blogs vor. Wiederholte Punkte sind sowohl bei Hård af Segerstad (2002)

und Collin (2005: 163-168) belegt worden und sind also kein spezifisches Merkmal der Sprache im Blog.

- (42) Så, inte ett ord om varför de diskriminerar oss... [= So, kein Wort darüber, warum sie uns diskriminieren...] (Blog [24])

Welche Funktion haben die sich wiederholenden Punkte? Eine Erklärung für die Verwendung in der Mitte des Satzes ist, dass der Autor beim Schreiben nachdenkt und während des Schreibens gleichzeitig plant. Blogs, zu denen diese Erklärung passt, sind z.B. Blog [21] und [23]. Eine weitere Erklärung könnte sein, dass nach einer kleinen Pause ein weiterer Kommentar zugefügt wird. Mit den Punkten wird auch eine gewisse Erwartung aufgebaut.

- (43) Jag är hemma... och jag kör som en Gud!! [= Ich bin zuhause... und ich fahre wie ein Gott!!] (Blog [23])

Die Verlinkung als ein wichtiges Merkmal der Blogs als Hypertext ist in 9.4 schon erläutert worden. Eine Verlinkung innerhalb der Blogosphäre kann man auch in der Wiederaufnahme von Beiträgen in anderen Blogs sehen. Im Korpus sind hierfür neun Beispiele vorhanden.

- (44) Precis som Anna skrev så bloggar jag vanligtvis en aning sällan, men det skadar ju inte att informera om planerade uppehåll [= Genau wie Anna schrieb, blogge ich normalerweise selten, aber es schadet ja nicht über geplante Unterbrechungen zu informieren] (Blog [5])

Die Wiederaufnahme eines eigenen Postings ist seltener und kommt nur in zwei Blogs vor. Unter Wiederaufnahme verstehe ich einen expliziten Verweis zu einem früheren Posting und nicht nur, dass das gleiche Thema wieder aufgenommen wird.

Gemeinsam für die Mehrheit der Blogs ist eine dialogische Anrede. Die Anrede erfolgt oft durch Fragen an den Leser (46). Andere Varianten sind Grüße (47) oder Aufforderungen (48).

- (45) Vem är din favoritsidekick? [= Wer ist dein Lieblings-Sidekick?] (Blog [8])

- (46) Hoppas ert midsommarfirande har varit tillfyllest. [= Hoffe, dass euere Midsommerfeier gelungen war.] (Blog [12])

- (47) Eller varför inte ta in märket om det nu skulle vara så att du sitter på en klädbutik?  
[= Oder warum nicht die Marke einführen, im Falle du hast einen eigenen Kleiderladen?] (Blog [5])

### 8.5 Fazit und Perspektiven

In dieser Untersuchung sind 30 schwedische Blogs in Bezug auf hypertextuelle und sprachliche Merkmale untersucht worden. Die hypertextuelle Ausstattung unterscheidet sich nur wenig zwischen den Blogs. Hier spielt das Blog-Werkzeug mit ihren Begrenzungen eine wichtige Rolle. Inwiefern die hypertextuellen Möglichkeiten verwendet werden, ist jedoch unterschiedlich. Die Anzahl Links unterscheidet sich, sowie die Verlinkung innerhalb der Postings.

Die Sprache ist in der Mehrheit der ausgewerteten Blogs konventionell. Unkonventionelle Züge können zwar belegt werden, aber sind oft Ausnahmen. Deutlich ist, dass die Sprache in anderen Medien im Internet Einfluss auf einige Blog-Autoren ausgeübt hat. Zu nennen sind z.B. die Smileys in Blog [6] und die Verwendung von Asterisken in Blog [21]. Gemeinsam für die Mehrheit der Blogs ist eine Dialogizität durch die Anrede zum Leser. Der Dialog mit dem Leser steht aber bei vielen Blogs nicht im Vordergrund, wie z.B. in den ausgeprägten privaten Tagebuchblogs.

Kann eine Verbindung zwischen Thematik und sprachlichen Merkmalen konstatiert werden? Hier bin ich in meiner Studie nicht zu einer eindeutigen Antwort gekommen. Allgemein kann gesagt werden, dass die Blogs, die über das Privatleben und den Alltag berichten, eine informellere Sprache, mit mehreren unvollständigen Sätzen, Gesprächspartikeln, wiederholten Punkte etc., verwenden. Es gibt aber auch Blogs zum Privatleben im Korpus, die eine formelle und korrekte Schriftsprache verwenden (z.B. Blog [15]). Eine Verbindung kann zwischen der Thematik und den hypertextuellen Merkmalen deutlicher gesehen werden. Blogs, die das Privatleben und den Alltag behandeln, verwenden weniger Links und sind auch im geringeren

Ausmaß mit anderen Blogs verlinkt, wie Blog [15], [16], [21] und [23]. Im Korpus sind durch Zufall drei Mode-Blogs ([5], [13], [19]) vorhanden. Typisch für die Mode-Thematik ist eine Beschreibung von Kleidung, Preisen, Marken und aktuellen Angeboten. Typisch für die Mode-Blogs sind auch die vielen Links zu externen Homepages. Bei speziellen Themen kann also eine Verbindung sowohl zwischen Thema und Sprache als auch zwischen Thema und hypertextuellen Merkmalen gesehen werden.

### Literatur/Internetadressen

- Collin, Lotta (2005): »Variation i webbdiskussion : en fallstudie av kontext, funktion och form i diskussionsforum om diabetes.« Åbo akademi.
- Duden (2005).»Die Grammatik. 7.«, völlig neu erarbeitete und erweiterte Auflage. Mannheim-Leipzig-Wien-Zürich. (= Duden Band 4)
- Hård af Segerstad (2002): »Use and adaptation of written language to the conditions of computer-mediated communication. Göteborg.« <<http://www.ling.gu.se/~ylva/>>
- Isaksson, Jenny & Müller, Steffanie (2003): »Blogging. Virtuella offentliga samtal.« <<http://www.steffanie.net/about.html>> (= C-uppsats)
- Jakobs, Eva-Maria & Katrin Lehnen (2005). »Hypertext – Klassifikation und Evaluation«. In: Siever, Torsten, Peter Schlobinski & Jens Runkehl (Hg.). Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet. Berlin et al. S. 159-184.
- Nöth, Winfried (2000): »Der Zusammenhang von Text und Bild.« In: Hartmut Günther/Otto Ludwig (Hg.). Schrift und Schriftlichkeit. Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung. 1. Halbband. Berlin, New York, S. 18-41.
- Pankow, Christiane (2003): »Zur Darstellung nonverbalen Verhaltens in deutschen und schwedischen IRC-Chats. Eine Korpusuntersuchung.« Linguistik online 3/2003. <[http://www.linguistik-online.de/15\\_03/pankow.html](http://www.linguistik-online.de/15_03/pankow.html)>
- Runkehl, Jens, Peter Schlobinski & Torsten Siever (1998). »Sprache und Kommunikation im Internet.« Opladen.
- Sager, Sven F (2000): »Hypertext und Hypermedia.« In: Hartmut Günther/Otto Ludwig (Hg.). Schrift und Schriftlichkeit. Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung. 1. Halbband. Berlin, New York, S. 587-603.
- »Språkriktighetsboken« (2005). Utarbetad av Svenska språknämnden. Otta.
- Teleman, Ulf, Erik Andersson & Staffan Hellberg 1999. Svenska Akademiens grammatik (SAG). Stockholm: Norstedts.
- Schlobinski, Peter (2001): »\*knuddel\* – \*zurueckknuddel\* – \*dich ganzdollknuddel\*. Inflektive und Inflektivkonstruktionen im Deutschen.« In: Zeitschrift für germanistische Linguistik 29.2: 192-218.
- Storrer, Angelika (2000): »Was ist ›hyper‹ am Hypertext.« In: Kallmeyer, Werner (2000). Sprache und neue Medien. Jahrbuch IDS 1999 de Gruyter, S. 222-249.
- Sundström, Gun-Britt (2004): »En suck eller ett suck. Blandat tänk om interjektioner.« In: Språkets vård och värden. En festskrift till Catharina Grünbaum. Gjövik

Aftonbladet. Blog: <<http://www.aftonbladet.se/blogg/virtanen/>> 10.10.2005  
 Andnor, Berit. Sozialministerin: <<http://www.s-info.nu/page/blogg.asp?id=1414>> 10.10.2005  
 Bandhagen: nästa: <[http://www.steffanie.net/archives/2005/05/journalister\\_so.html](http://www.steffanie.net/archives/2005/05/journalister_so.html)> 10.10.2005  
 Blind höna: <<http://kornet.nu/blindhona/arkiv/001433.html>> 10.10.2005  
 Bloggbloggar.se: <<http://bloggbloggar.se/27/moderering/>> 10.10.2005  
 Bloggportalen: <<http://www.bloggportalen.se/>> 10.10.2005  
 Blogger: <<http://www.blogger.com>> 10.10.2005  
 Blogger, Hilfe zu Feed und RSS : <<http://help.blogger.com/bin/answer.py?answer=290&query=RSS&topic=0&type=f>> 10.10.2005  
 Bloggforum: <<http://www.bloggforum.se>> 10.10.2005  
 Blogsoft : <<http://www.blogsoft.se>> 10.10.2005  
 Dagens Nyheter, 25.5.2005 : <<http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=1058&a=425316>>, 10.10.2005  
 Expressen, bloggen: <<http://www.expressen.se/bloggen>> 10.10.2005  
 Feedburner.com: <<http://www.feedburner.com>> 10.10.2005  
 Haloscan: <<http://www.haloscan.com>> 10.10.2005  
 Helgon.net: <<http://www.helgon.net/>> 10.10.2005  
 Helsingborgs dagblad 13.12.2004 : <[http://hd.se/ArticlePages/200412/13/20041213161133\\_-Alla\\_anvandare-299/20041213161133\\_-Alla\\_anvandare-299.dbp.shtml](http://hd.se/ArticlePages/200412/13/20041213161133_-Alla_anvandare-299/20041213161133_-Alla_anvandare-299.dbp.shtml)> 10.10.2005  
 Itfrontal.de: <[http://www.itfrontal.de/2004/12/spamschutz\\_in\\_w.html](http://www.itfrontal.de/2004/12/spamschutz_in_w.html)> 10.10.2005  
 Internetworld, 26.8.2005: <[http://internetworld.idg.se/ArticlePages/200508/26/20050826111730\\_IW075/20050826111730\\_IW075.dbp.asp](http://internetworld.idg.se/ArticlePages/200508/26/20050826111730_IW075/20050826111730_IW075.dbp.asp)> 10.10.2005  
 Intressant.se: <<http://www.intressant.se/>> 10.10.2005  
 Kjellbergsweden.com : <<http://kjellbergsweden.blogspot.com/2005/05/expressen-bloggar.html>> 10.10.2005  
 Kullin, 2005 : <<http://www.kullin.net/>> 10.10.2005  
 Lunarstorm: <<http://www.lunarstorm.se>> 10.10.2005  
 nyligen.se: <<https://www.nyligen.se>> 10.10.2005  
 Observer Sverige, 2005 : <<http://www.observer.se/templates/newspage.aspx?id=7167>>  
 Passagen: <<http://blogg.passagen.se/>> 10.10.2005  
 P1, Blog-Umschau : <<http://www.sr.se/cgi-bin/ekot/artikel.asp?artikel=692780>> 10.10.2005  
 S-info: <<http://www.s-info.nu/>> 10.10.2005  
 Sweblogs.com: <<http://www.sweblogs.com>> 10.10.2005  
 Var är du? : <<http://svensk.lemonad.org/>> 10.10.2005  
 wpr: <[www.wpr.se/bloggar](http://www.wpr.se/bloggar)> 10.10.2005  
 Wordpress: <<http://www.wordpress.com>> 10.10.2005

## Anhang

Nr.	Thema	Adresse	Titel
1	Verschiedenes	<a href="http://aagaton.blogspot.com/">http://aagaton.blogspot.com/</a>	...agaton...
2	Politik	<a href="http://www.amirsariaslan.net/">http://www.amirsariaslan.net/</a>	Amir Sarislan
3	Familie, Privates	<a href="http://annas.blogsome.com/">http://annas.blogsome.com/</a>	Anna Toss & C:o
4	Verschiedenes	<a href="http://ambrosiani.blogspot.com/">http://ambrosiani.blogspot.com/</a>	Arons blogg
5	Mode, Musik, Privates	<a href="http://tomrummet.blogspot.com/">http://tomrummet.blogspot.com/</a>	Britta´s blog
6	Verschiedenes	<a href="http://www.carambola.se/">http://www.carambola.se/</a>	Carambola :: frisk och syrlig!

Nr.	Thema	Adresse	Titel
7	Politik	<a href="http://claudioskubla.blogspot.com/">http://claudioskubla.blogspot.com/</a>	Claudio Skubla
8	Populärkultur	<a href="http://conie.blogspot.com/">http://conie.blogspot.com/</a>	Conan the Librarian
9	Privates	<a href="http://amnett.blogspot.com/">http://amnett.blogspot.com/</a>	De kallar mig Amnett
10	Politik, Gesellschaft	<a href="http://dibbuk.se/">http://dibbuk.se/</a>	dibbuk.se
11	Populärkultur	<a href="http://sessan.squarespace.com/">http://sessan.squarespace.com/</a>	en textmissbrukares bekännelser
12	Literatur	<a href="http://www.apolloprojektet.com/errata/">http://www.apolloprojektet.com/errata/</a>	Errata
13	Mode	<a href="http://www.fashionista.se/">http://www.fashionista.se/</a>	fashionista.se
14	Verschiedenes, Privates	<a href="http://fnord.blogsome.com/">http://fnord.blogsome.com/</a>	Fnord
15	Familie, Privates	<a href="http://fredrikenpappa.blogspot.com/">http://fredrikenpappa.blogspot.com/</a>	Fredrik en pappa
16	Politik, Gesellschaft, Verschiedenes	<a href="http://frubabsan.blogg.se/">http://frubabsan.blogg.se/</a>	Fru Babsans perspektiv
17	Familie, Privates	<a href="http://www.grrringo.blogspot.com/">http://www.grrringo.blogspot.com/</a>	Grrringo blog
18	Geschäftsnetzwerke, Interaktive Medien	<a href="http://alfabravo.com/blog/">http://alfabravo.com/blog/</a>	Harbinger
19	Mode, Privates	<a href="http://minlillablogg.blogspot.com/">http://minlillablogg.blogspot.com/</a>	idas blog
20	Musik, Kampfsport	<a href="http://www.tremendo.se/dagbok/">http://www.tremendo.se/dagbok/</a>	Tremendo blog
21	Privates	<a href="http://www.sarabr.com/blog/">http://www.sarabr.com/blog/</a>	*vilse*
22	Populärkultur	<a href="http://issambre.blogspot.com/">http://issambre.blogspot.com/</a>	issambre
23	Privates	<a href="http://mamselamsen.blogspot.com/">http://mamselamsen.blogspot.com/</a>	Mamselamsens blogg
24	Politik	<a href="http://matstankar.blogspot.com/">http://matstankar.blogspot.com/</a>	Mats tankar
25	Verschiedenes	<a href="http://rolfner.se/blog/">http://rolfner.se/blog/</a>	Mitt Aktuell
26	Bibliothek	<a href="http://www.biblioteksbloggen.se/">http://www.biblioteksbloggen.se/</a>	Biblioteksbloggen
27	Netzzeitungen	<a href="http://www.networkers.se/">http://www.networkers.se/</a>	Networkers
28	Politik	<a href="http://motallians.sblogg.se/">http://motallians.sblogg.se/</a>	Motallians
29	Reisen	<a href="http://resenyheter.blogspot.com/">http://resenyheter.blogspot.com/</a>	Reseblogg från svenska Lloyd resebyrå
30	PR	<a href="http://jmwblogg.blogspot.com/">http://jmwblogg.blogspot.com/</a>	JMVs blogg

## 9 **SPRACHLICHE UND TEXTUELLE ASPEKTE IN SPANISCHEN WEBLOGS**<sup>1</sup>

### Summary

Since the first blogs, or Live Journals, made their appearance in 1999 in EEUU (Evan Williams created Blogger, the largest Blog server at the world level, and was the first to set up a blog on the server.), a lot has changed in the blogosphere, both on the world level in general as well as at the Spanish level in particular. This change comprehends not only the growth of the number of users but also the different blog types and the themes these deal with.

Setting up a blog is no longer solely an enterprise undertaken by one individual alone – although these are still the majority – and the media in general as well as professional journalists are gradually incorporating the blog as a new communication medium. There are also already Blog-Hosters, Blog-Lists, and Directories of Spanish blogs.

The focus in this study will fall on the linguistic analysis and hypertextual structure of blogs.

---

<sup>1</sup> Ich danke Bernd Sieberg für seine zahlreichen und wertvollen Kommentare zu Form und Inhalt dieses Aufsatzes. Natürlich ist die Verantwortung für jegliche Unzulänglichkeiten meine.



Within the hypertextual analysis we will endeavour to determine the different items that make up Spanish blogs in structural terms. Equally, an effort will be made to divine who is behind the blogs, what personal information is offered us by the blogger, and what theme(s) are discussed.

The linguistic analysis will show how different linguistic characteristics such as, for example, spelling mistakes, hybrid writing, interjections, abbreviations, and smiley type graphy, to name just a few, are a constant in most blogs, whether individual or professional, even though contents may differ greatly.

It will also be interesting to verify the ›decantation‹ of specific linguistic characteristics between blogs and other types of more traditional texts.

As has become clear, heterogeneity will be a constant characteristic in the study of blogs.

### 9.1 Blogosphäre in Spanien

#### ESTUDIO DE TECHNORATI

Cada segundo se crea un ›blog‹ nuevo, pero sólo la mitad permanecen activos<sup>2</sup>

#### Technorati Studie

Pro Sekunde wird ein neuer Blog gebildet, aber nur die Hälfte bleibt aktiv

1999 erscheint auch in Spanien das erste Blog-System zur freien Software, Barra-Punto, das 2003 sowohl als Blog-Anbieter als auch als Blog-Liste ins Net gestellt wird. Im Januar 2002 gibt es dann den ersten Blog-Anbieter (Blogalia), der auch eine Blog-Liste bereitstellt. Andere Blog-Systeme sind: Zona libre (2002), Blogia, Bitácoraspuntocom, (2003) oder Blogs.ya.com (2004).

Die ersten spanischen Blogs sind Aufzeichnungen von Links zu anderen Sites/Blogs. Beispiele hierfür sind: *Nitroglicerine* (2000) (Design-Blog) oder *Gadgets-*

<sup>2</sup> In: <http://www.elmundo.es/navegante/2005/08/02/esociedad/1122981589.html>; 2.08.05

*jmarquez.com*<sup>3</sup> (2000), mit Inhalten zur Informatik bzw. Elektronik. Ende 2001 erscheinen die ersten *Live Journal*<sup>4</sup>-Blogs: Der Blogger Jorge Otero der spanischen Band *Stormy Monday* fängt im September sein Blog *rainydays* an, in dem er die Tour der Band durch Italien fotografisch und schriftlich dokumentiert. Dieses Blog unterhält er bis heute. Nacho Marins Blog *cincomonos* (fünf Affen)<sup>5</sup>, das im Februar 2002 erschien, sollte das erste spanische »Reise-Blog« sein. Der Autor erzählt darin über seine Erfahrungen als Erasmus-Student in Kopenhagen, Dänemark. Ab Mitte 2002 setzt dann unserer Einschätzung nach ein wahrer Blog-Boom ein: Hochinteressante Blogs und Blogger treten in Erscheinung. Darüber hinaus prägen folgende Ereignisse diese Zeit:

Jose Orihuela, Professor an der Universität Navarra, fängt im August 2002 mit seinem Blog *e-cuaderno* (e-Block) an. »e-cuaderno« ist die Nr.1 in der *Top 500 Liste*<sup>6</sup> von Bitácoraspuntocom und gilt als einer der sachverständigsten Blogger zum Thema Blogosphäre. Dieser Autor wird für einen der Experten sowohl für die Erforschung der Blogosphäre als auch für andere computergestützte Kommunikationsformen gehalten. Orihuela hat auch Juni 2003 das erste *Beer and Blogs* Treffen in Pamplona organisiert. Dort treffen sich jährlich Blogger von der ganzen Iberischen Halbinsel, diskutieren die Blogosphäre und planen gemeinsame Projekte. In diesem Jahr hat das Treffen in der portugiesischen Stadt Covilhã stattgefunden.

Am 28. April veröffentlicht Jorge Serrano in seinem Blog *Trucos de Google* (Google-Tricks) eine Exklusivmeldung: Miguel Reina wurde zum Direktor von »Google Spain« ernannt. Die Zeitungen erwähnen diese Nachricht, verweisen aber nicht auf ihre Quelle. Im Mai 2005 schreibt Jorge Serrano in seinem letzten Posting, dass er

---

<sup>3</sup> 2005 gibt es ein starkes Anwachsen dieser Gadget-Blogs.

<sup>4</sup> Von Einzelpersonen betriebene, eher tagebuchartige Online-Aufzeichnungen

<sup>5</sup> Inzwischen schon aufgeben. Mehr Information zu diesem Blog in: [http://www.elmundo.es/campus/2002/02/27/internet/CAM204611\\_1.html](http://www.elmundo.es/campus/2002/02/27/internet/CAM204611_1.html); 9.10.05

<sup>6</sup> Stand 7.10.05

seit (Ende) 2004 für Google arbeite und seitdem nicht die ›Freiheit‹ habe, sich kritisch gegenüber dem Unternehmen zu äußern. Deswegen gibt er das Blog auf.

Juni 2004 bekommt der bekannte Journalist Eduardo Haro Tecglen zum 80. Geburtstag von seiner Familie ein *Blog* geschenkt. Dieses Blog erscheint zukünftig unter seinem Namen. In ihm werden sowohl ältere, bereits geschriebene Artikel veröffentlicht, aber auch neue, aktuelle Beiträge<sup>7</sup>. Im Januar 2005 tauchen auch diverse Blogs in einer Online-Version der baskischen Zeitung *Diario Vasco* auf. Im Februar 2005 wird dann das Blog *La tejedora* von *Prisacom*<sup>8</sup>, in dem man vor allem Postings zu den Themen Informatik, Internet und Blogosphäre findet, ins Netz gestellt. Im März 2005 kommen dann auch die ersten Blogs von Berufsjournalisten der am zweithäufigsten verkauften Zeitung Spaniens *El Mundo* als Online-Versionen ins Internet. Unter ihnen ist besonders das Blog *Blog Política*<sup>9</sup> von Victoria Prego erwähnenswert, die als eine hochgeschätzte Politikexpertin Spaniens gilt. Ihr TV-Dokumentar zum spanischen Übergang zur Demokratie nach Francos Tod ist weltbekannt. Seit Oktober 2005 hat die baskische Zeitung *Diario Vasco* in ihrer Online-Version auch eine eigene Blog-Sektion, die als sehr gut, wenn nicht sogar als die beste von allen spanischen Medienkonzernen<sup>10</sup> gilt. Zurzeit schreiben auch zwei Chefredakteure von zwei alt eingesessenen Zeitungen ein Blog: *Lluís Fox* von *La Vanguardia* und *Arsenio Escolar* von *20 minutos* (bei der letzteren handelt es sich um eine kostenlose Zeitung). Auch das Radio und das Fernsehen schließen sich der Tendenz an: Im Radiosender *Cadena Ser* finden wir seit September 2005 zwei Journalisten (*Javier del Pino* und *Jose Martí Gómez*), die ein Blog herausgeben; im Bereich des Fernsehens ist es z.B. *Telecinco*, dessen *Nachrichtenredaktion* Blogs zu verschiedenen Themen anbietet. Damit

---

<sup>7</sup> Es sind keine originalen Postings, sondern Artikel, die zuerst in anderen Medien (Zeitung und Hörfunk) veröffentlicht werden.

<sup>8</sup> *Prisacom* ist der Verlag der erst verkauften spanischen Zeitung *El País*

<sup>9</sup> Victoria Prego bezieht sich sehr oft im Fernsehprogramm *Los Desayunos de TVE* (TVE's Frühstück) des 1. Spanischen Fernsehens, bei dem sie als Politik-Kommentatorin teilnimmt, auf ihre Postings.

<sup>10</sup> S. dazu Orihuelas Meinung in seinem Posting vom 8. Oktober: <http://www.ecuaderno.com/indexwp.php/2005/10/08/los-blogs-de-el-correo-la-mejor-apuesta/>; 9.10.05

wird deutlich, dass im Bereich der Online Versionen der konventionellen Medien fast täglich Blogs geschaffen werden, die von den entsprechenden Redaktionen oder aber von auf eigene Faust arbeitenden Journalisten betrieben werden.

Auch in der Schule finden wir schon interessante Blogprojekte. Dazu gehört z.B. das Projekt von *Beatriz Marin* und ihren Schülern der »Matadepera« Schule in Terrassa in Barcelona: Nach der Lektüre des Don Quijotes haben die Schüler einen

Blogosphäre in Spanien
<b>Blog-Anbieter,</b>
<a href="#">BarraPunto</a> [280], <a href="#">Blogalia</a> [281], <a href="#">bitácoraspuntocom</a> [282], <a href="#">Blogia</a> [283], <a href="#">Blogs.ya.com</a> [284], <a href="#">Blogdir</a> [285], <a href="#">Zona Libre</a> [286]
<b>Ausgewählte Blogs</b>
<a href="#">e-cuaderno</a> [287], <a href="#">raynidays</a> [288], <a href="#">Gadgets-jmarquez.com</a> [289], <a href="#">Trucos de Google</a> [290], <a href="#">Eduardo Haro Tecglen</a> [291], <a href="#">Blogs Diario Vasco</a> [292], <a href="#">La tejedora</a> [293], <a href="#">Blogs El Mundo</a> [294], <a href="#">Blog Política</a> [295], <a href="#">Lluís Fox</a> [296], <a href="#">Arsenio Escolar</a> [297], <a href="#">Javier del Pino</a> [298], <a href="#">Jose Martí Gómez</a> [299], <a href="#">Blogs Telecinco</a> [300], <a href="#">Libro de notas</a> [301], <a href="#">Prestige</a> [302], <a href="#">Tom's football page</a> [303], <a href="#">Mangas Verdes</a> [304]
<b>Statistisches zu spanischen Blogs</b>
<a href="#">Blogómetro</a>
<b>Blog-Lexikon</b>
<a href="#">Diccionario de bitácoras</a> [306]
<b>Blog und Bildung</b>
<a href="#">Beatriz Marin</a> [307], <a href="#">Octeto</a> [308], <a href="#">cibermarikiya.com</a> [309]
<b>Blog und Politik</b>
<a href="#">Anxo Quintana</a> [310], <a href="#">Juan José Ibarretxe</a> [311], <a href="#">Maria San Gil</a> [312]
<b>Blog-Geschichte</b>
<a href="#">Historia de los Weblogs</a> [313]
<b>Publikationen</b>
Monographische Publikationen zum Thema Blog gibt es noch nicht. Das Thema wird aber in López García, Guillermo (2005) behandelt. Zahlreiche wissenschaftliche Publikationen und Zeitungsnachrichten findet man unter dem folgenden Link: <a href="http://www.ecuaderno.com/archives/000346.php">http://www.ecuaderno.com/archives/000346.php</a>

Blog angefangen, in dem sie aus der Perspektive der Hauptfiguren von Cervantes Meisterwerk fiktive literarische Postings veröffentlicht haben.

An spanischen Universitäten gibt es schon Doktoranden, die sich mit dem Thema der Blogs beschäftigen. Ein Beispiel ist die Journalistin María Sánchez González, die auf ihrer Web-Page *cibermarikiya.com* ausführlich über ihre Dissertation schreibt und natürlich auch selbst ein *Blog* betreibt.

Spanische Blogger haben bewiesen, dass sie sehr aktiv sind. Anlässlich des tragischen Untergangs des Erdöltankers *Prestige* im November 2002 startete *Libro de notas* eine *Kampagne*, um die Verantwortlichen zur Rechenschaft zu ziehen. Diese *Kampagne* hatte großen Erfolg in der Blogosphäre und wurde zu einem ›*Google-Bomb*‹.

Anlässlich der baskischen Wahlen erscheinen im März 2005 die ersten Blogs von PolitikerInnen<sup>11</sup> in Spanien. Dieses diente dem nationalistischen Kandidaten<sup>12</sup> in den galizischen Wahlen im Mai desselben Jahres als Beispiel und scheint auch als zukünftige Gepflogenheit in die spanische Politik einzugehen.

Als Kuriosum: Der jüngste spanische Blogger, den wir gefunden haben, ist der neunjährige Tommy, der sein Blog *Tom's football page* schon im September 2004 eingerichtet hat. In ihm berichtet er über Fußball und spricht von seiner Liebe zu Real Madrid. Nach letzten Daten gibt es über *1 Million* spanischsprachiger Blogs, und die Zahl steigt unaufhörlich weiter.

## 9.2 Empirische Basis

Für die Zusammenstellung des Korpus der 25 privaten Blogs<sup>13</sup> haben wir auf die Liste Top 500 des Blog-Systems *Bitácoraspuntocom* zurückgegriffen. Diese Rankingliste enthält 1000 spanischsprachige Blogs, die nach den Kriterien des Teams von Bitáco-

---

<sup>11</sup> Maria San Gil und Juan José Ibarretxe

<sup>12</sup> Anxo Quintana . Interessant ist die Internet Adresse des Blogs, in dem eine Tilgung des Familiennamens des Kandidaten vorgenommen wird: Quin' (statt Quintana). Dieses Vorgehen erinnert uns an die originelle Abkürzung »ZP« (statt Zapatero) des damaligen sozialistischen Kandidaten, der heute Spaniens Ministerpräsident ist. Diese Kürzel erschienen bei den Wahlen 2004 im Wahlpropagandamaterial der spanischen sozialistischen Partei (PSOE).

<sup>13</sup> [1]-[25]

[raspunto.com](http://raspunto.com) in eine Rangliste aufgenommen sind. Wir haben die Liste alphabetisch geordnet und sind von einem durchgängigen Zufallsprinzip ausgegangen, dem zur Folge wir jeden 15. Blog berücksichtigt haben.

Für die 5 professionellen Blogs<sup>14</sup> haben wir nach einer einfachen Suche in *google.es* auf der Basis des Suchwortes *Blog* die ersten fünf professionellen Blogs in das Korpus aufgenommen.

Alle ausgewählte Blogs mussten folgende allgemeine Voraussetzungen erfüllen: a) die Blogger mussten aus Spanien kommen (also: nicht aus Lateinamerika), b) mindestens 4000 Anschläge<sup>15</sup> enthalten, c) außerdem durften die Blogs keine Pornographie enthalten und d) nicht dieselbe Thematik wie die zwei voraus gegangenen Blogs behandeln. Bei den privaten Blogs galt folgende spezifische Bedingung: die Blogger durften nicht im Auftrag einer TV-, Hörfunk-, oder Zeitungsredaktion etc. arbeiten. Bei den professionellen Blogs mussten weiterhin folgende spezifische Voraussetzungen erfüllt werden: a) die TV-, Hörfunk-, Zeitungsredaktion etc., für die sie arbeiten, durften nicht anonym bleiben, b) und es musste sich bei ihnen um renommierte Berufsjournalisten handeln. Eine Liste aller Blogs finden Sie am Ende des Beitrags im Anhang.

### 9.3 (Hyper)textueller Aufbau

Wir werden die hypertextuelle Struktur der Blogs folgendermaßen analysieren: zuerst werden wir sie im weiteren Sinne unter den Aspekten des *Layouts*, der *Anonymität*, *Interaktivität*, *Navigation*, *Übermittlung* und *Einbindung* beschreiben. Im engeren Sinne werden wir dann den Aufbau der *Postings* untersuchen. Schließlich erläutern wir kurz den *Text-Bild-Bezug* sowohl des ganzen Blogs als auch jedes ein-

---

<sup>14</sup> [26]–[30]

<sup>15</sup> Für die sprachliche Analyse wurde eine Textmenge von ungefähr 4 000 Zeichen gewonnen.

zelen analysierten Postings. Das übliche Layout<sup>16</sup> der Blogs sieht ungefähr folgendermaßen aus:

- oben: Titel/Name des Blogs (und manchmal steht darunter auch ein Untertitel),
- rechts oder links (oder beide zugleich) finden wir die ›Werkzeuge‹ der Blogs; Links, Kalenderelemente, Informationen zur Person, Suche, Counter, externe Einbindungen, Kategorien ...
- unten: Feed-Button, Button des Blog-Anbieters, Design, Jahr etc.

Erwähnenswert sind solche Blogs, die unkonventionelle Begriffe für ihre Rubriken auswählen. Einige Beispiele: (1) für Links zu anderen Blogs: *Aleatorios* (Zufällige) (Blog [1]), *Templos honoríficos* (Ehrentempel) [9], *Z-links* (Links zu Sites, die als Thema die Blogosphäre haben) [11], *Bodegas de la Hispaniola* (Keller der »Hispaniola«<sup>17</sup>) [12], *Sitios por los que me paseo* (Orte, wo ich spazieren gehe) [23], *Quién está por aquí?* (Wer ist denn hier?) [25], *Gofitácoras* (Neologismus des Autors) [29] ... ; (2) für Links zu Blog-Systeme/Suchmaschinen: *Los vecinos* (die Nachbarn) [17], *Egorías* (Neologismus des Autors, eine Art »Ego-Messer« [17] ... ; (3) für Archiv/Kalenderelement: *Sarcófagos* (Sarkophage) [9], *Historias viejas* (alte Geschichten) [17], *Cosas de antes* (Sachen von früher) [23], *Mi historial* (Meine Vorgeschichte) [25] ... ; (4) für Counter: *Termómetro* (Thermometer) [Blog 1], *Nilmeter* (›Nilmeter‹) [9] ... ; (6) für RSS-Button: *Ofrenda* (Opfergabe) [9]), *Mi Cromo* (Mein Sticker) [25]) ... ; (7) für Infos zur Person: *¿Qué es esto?* (Was ist das?) [8] ... ; (8) für Suche: *Encuentra lo que buscas* (Finde, was du suchst ) [3] etc. Nur in einem einzigen Blog [29] gibt es die Möglichkeit, die Form des Layouts zu ändern.

---

<sup>16</sup> Inzwischen (29.09.05) haben folgende Blogs ihr altes Layout schon verändert: [2] [4] [6] [13] [24]

<sup>17</sup> Hier ist ein Schiff gemeint; das im Roman Die Schatzinsel von R. Louis Stevenson vorkommt.

Ein Kennzeichen der Blogosphäre wie auch anderer Computer basierter Kommunikationsformen (Chat, Internet-Foren ...) ist die *Anonymität*<sup>18</sup> der Beteiligten. In 12 der 30 Blogs<sup>19</sup> kennen wir folglich weder den Familiennamen noch den Vornamen des jeweiligen Bloggers bzw. der jeweiligen Bloggerin. In 10<sup>20</sup> der restlichen 19 Fälle wird nur der Familienname angegeben, bei den anderen finden wir hingegen ausschließlich den Vornamen bzw. einfache »Nicks«<sup>21</sup>. Nur in 11<sup>22</sup> Fällen wird das Alter der Blogger mitgeteilt, das man in 5<sup>23</sup> Fällen allein durch Photos oder Kommentare ungefähr einschätzen kann. In Blog [30] gelangen wir durch eine über das eigentliche Blog hinausgehende Recherche zu der entsprechenden Information. Von den 11 Bloggern, die ihr Alter angeben, sind 8 zwischen 23 und 28 Jahre alt<sup>24</sup>. Dagegen informieren uns die Blogger sehr offen über ihr Geschlecht: 17 Blogger geben an, männlich zu sein, 8 weiblich<sup>25</sup>; 3 Blogs werden von mehreren Bloggern<sup>26</sup> betrieben und nur 2 Blogger geben ihr Geschlecht nicht an<sup>27</sup>. Diese zwei letzten Daten hinsichtlich des Alters und des Geschlechts stehen im Widerspruch zu den bei Möller<sup>28</sup> zu findenden Aussagen, denen zur Folge es so ist, dass »das typische Blog von einer Teenagerin geschrieben wird, die es zweimal im Monat verwendet, um ihre Freunde und Klassenkameraden über ihr Leben auf dem Laufenden zu halten« (Möller 2005: 130ff). Wenn wir diese Daten mit unseren vergleichen, erkennen wir sofort, dass sie

---

<sup>18</sup> In Blog [22] gibt es folgende interessante Reflexion der Bloggerin zur Anonymität: A veces me arrepiento de que mi blog lleve mi nombre real. Me gustaría ser anónima. (Manchmal bereue ich es, dass mein Blog meinen echten Namen trägt. Ich würde gerne anonym bleiben.); <http://www.analiebana.com/mis100.htm>

<sup>19</sup> [5] [7] [9] [11] [12] [14] [15] [16] [19] [25] [28]

<sup>20</sup> [4] [6] [8] [17] [20] [24] [26] [27] [29] [30]

<sup>21</sup> Bei [10] [18] erscheint die Form: Vorname + 1. Buchstabe des Familiennamens

<sup>22</sup> [2] [3] [9] [11] [15] [18] [20] [22] [26] [27] [29]

<sup>23</sup> [1] [16] [19] [21] [23] [30]

<sup>24</sup> [2] [3] [9] [11] [15] [18] [20] [22]

<sup>25</sup> [2] [9] [15] [19] [22] [23] [25] [30]

<sup>26</sup> [5] [12]

<sup>27</sup> [14] [21] [28]

<sup>28</sup> Bei Möller (2005: 130 ff.) findet man die Aussage, der zur Folge die meisten Blogger (ca. 1.150.000) aus der Altersgruppe zwischen 13-21 entstammen. Dagegen gehören zur Altersgruppe zwischen 22 und 30 Jahren nur ca. 350.000. Auch beim Geschlecht gibt es einen substantiellen Unterschied zu unserer Analyse: Möller zur Folge sind 56% der Blogger weiblich.



nicht übereinstimmen. Zu einem ähnlichen Ergebnis gelangt eine unter spanischen Bloggern erstellte Umfrage von *tintachina*<sup>29</sup>, die zu dem Schluss kommt, dass die Mehrheit der Blogger zwischen 20 und 26 Jahre alt ist, und dass nur 23% der Blogger Frauen sind.

Zur *Interaktivität* im Blog zählen wir die *Kommentare*, *Gästebücher* und *Umfragen*. Die Kommentierung der Postings ist ein Standardmerkmal der Blogs. Alle 30 Blogs bieten diese Möglichkeit an. Die Kommentare werden mit Ausnahme von Blog [30] nicht moderiert<sup>30</sup>. Auch scheint es so, dass Gästebücher nicht mustergültig für Blogs sind, weil nur Blog [22] ein solches beinhaltet. Auch Umfragen sind nicht eigentümlich für Blogs. Wir finden nur ein Beispiel in Blog [14].

Dagegen erscheinen regelmäßig *Kalenderelemente* und *Links*, die uns die *Navigation* im Blog erleichtern. Kalenderelemente gibt es in Form von einem Almanach oder einer einfachen Aufzählung von Monaten und Jahren mit Beginn des zuerst veröffentlichten Postings. Man findet Beispiele in allen Blogs, außer in [14] und [30]. Links sind ein anderes Standardmerkmal der Blogs: alle Blogs außer Blog [16] enthalten Vernetzungen zu anderen Sites/Blogs.

Die *Übermittlung* des eigenen Blogs erfolgt vor allem durch RSS/HTML/RDF/ATOM-Buttons<sup>31</sup>. Solche Buttons sind oft unter den Rubriken *Sindicación* (6-mal<sup>32</sup>), *Sindicalización* (1-mal<sup>33</sup>), *Meta* (3-mal<sup>34</sup>) oder unter dem originellen Titel *otras cosas* (andere Sachen, 1-mal<sup>35</sup>) zusammengestellt, oder auch einfach unter keiner Rubrik

---

<sup>29</sup> Leider nicht mehr aktualisiert. Information mit Quelle in: <http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2004/0704/2704/noticias270704/noticias270704-5.htm> 9.10.05

<sup>30</sup> Es stimmt, dass bei allen anderen 29 Blogs die Kommentare automatisch veröffentlicht werden. Dennoch gibt es manchmal auch Kommentare, die aus dem Blog herausgenommen werden, obwohl sie nicht in jedem Falle beleidigende Inhalte aufweisen. Vermutlich passen oder gefallen sie dem jeweiligen Blogger einfach nicht.

<sup>31</sup> Solche Buttons nennt man »Feeds«. Für deren Benutzung benötigt man ein spezielles Programm, einen so genannten Feed-Reader. Solche Programme werden im Internet unentgeltlich zur Verfügung gestellt, wie z.B. bei FeedReader.

<sup>32</sup> Blogs: [1] [4] [7] [19] [28] [29]

<sup>33</sup> Blog [3]

<sup>34</sup> Blogs: [8] [10] [11]

<sup>35</sup> Blog [20]

(10-mal<sup>36</sup>). In 6 Blogs<sup>37</sup> fehlt die Möglichkeit, das Blog einzubinden. In 6 Blogs<sup>38</sup> tragen die RSS-Buttons (einschließlich Varianten) explizit den Namen des Blogs (nicht die technische Abkürzung) und verleihen dadurch dem Blog ein informelles Aussehen.

*Einbindung* externer Inhalte findet man in Blog [6] in Form einer Nachricht von Greenpeace, in [23] als Infos zum Wetter in Donosti (Stadt, in der die Bloggerin wohnt), in [25] als Uhrzeit-Info in Madrid, in [29] als Nachrichten von verschiedenen Zeitungen und Blogs und schließlich in den Blogs [1] [5] [6] [12] [14] [21] [25] als Counter<sup>39</sup>. Die Blogs [8] und [29] zählen auch ihre BesucherInnen mit dem Unterschied, dass hier die Information nicht extern ist, sondern der Blog bzw. Blog-Anbieter selbst sie verfügbar macht. Das übliche Layout eines Postings sieht folgendermaßen aus:

- oben: Titel
- Mitte: Text
- Unten: Nick, Kommentare (/+ Trackbacks<sup>40</sup>), Datum (/+ Uhrzeit), Kategorie

Bei den Datumsangaben handelt es sich um ein weiteres Standardmerkmal der Blogs, das man in allen 30 Blogs findet. Auch die Reihenfolge der Postings (vom neuesten zum ältesten) ist bei allen Blogs gleich.

Abgesehen von der Reihenfolge der Rubriken gibt es natürlich Varianten zu diesem Muster: (1) in den Blogs [10] [12] haben die Postings keinen Titel; (2) in [9] wird die Rubrik Kommentare *Esculpir una tablilla* (ein kleines Brett schnitzen) bezeichnet; (3) in [23] finden wir statt eines üblichen Nicks oder eines üblichen Namens

---

<sup>36</sup> Blogs: [2] [6] [12] [13] [14] [21] [22] [24] [26] [27]

<sup>37</sup> Blogs: [5] [15] [16] [17] [23] [30]

<sup>38</sup> Blogs: [3] [9] [11] [12] [18] [25]

<sup>39</sup> Automatische Zähler der Blog-Besucher

<sup>40</sup> Möglichkeit auf externe Postings hinzuweisen.

und einer Uhrzeitangabe *lo ha puesto Carmen a las ...* (das Posting hat Carmen um ... geschrieben); (4) in [25] wird die Rubrik Kommentare mittels des Ausdrucks *Tienes algo que decir* (Hast du etwas zu sagen?) bezeichnet; (5) in [29] finden wir die interessante Rubrikbezeichnung, die zugleich eine zusätzliche Information liefert *Se lee en ... minutos* (Man liest das Posting in ... Minuten); (6) in [3] [7] [13] [22] werden Permalinks<sup>41</sup> (*Enlace permanente*) angeboten; (7) in [14] [21] [29] wird uns unter der Rubrik *Lecturas* (Lektüren) mitgeteilt, wie oft der Eintrag gelesen wurde; (8) in [17] bietet der Blogger unter der Rubrik »in English, please« die Möglichkeit, die Postings zu übersetzen.

In 12 Postings stellen die Blogger ihre Postings<sup>42</sup> nach *Kategorien* zusammen. Interessante nicht konventionelle Bezeichnungen sind hierbei die folgenden Benennungen: *Filosofía casera* (selbstgemachte Philosophie [3]), *Metacartas* (Metabriefe [3]), *Chorradas* (unnützes Zeug [4]), Moblog (etablierter Neologismus – Fachterminus [10]), *Las 5 del Viernes* (Die 5 Freitags(fragen)<sup>43</sup> [11] [22]), *Atun ... Tun Tun* (Lautmalerei mit dem spanischen Wort für Thunfisch [20]), *inXpiración* (Hybrid-schreibung, Inspiration [20]), *Cuentacuentos* (Geschichtenerzähler [22]), *Universo Blog* ([29]), *Ciberderechos* (Zusammensetzung, »Ciberrechte« [29]) u.v.a.

Der Umstand, dass ca. 40 % aller Postings *Links* in ihrem Text beinhalten; spricht für den ausgeprägten Vernetzungscharakter des Mediums Internet. Von den 30 Bloggern<sup>44</sup> unterschreiben nur 6 Blogger nicht ihre Postings. 11<sup>45</sup> der Blogger haben ein *Nick*, das weder in der Adresse noch im Namen des Blogs steht. Bei 9<sup>46</sup> dagegen

---

<sup>41</sup> Verweis auf die beständige URL (Internet-Adresse) eines Postings.

<sup>42</sup> Blogs: [1] [3] [4] [6] [8] [10] [11] [20] [22] [27] [28] [29]

<sup>43</sup> Der Blogger beantwortet jeden Freitag in diesen Postings verschiedene (selbstgestellte) Fragen, damit seine Leser ihn besser kennen lernen.

<sup>44</sup> Blogs: [13] [17] [24] [26] [28] [30]

<sup>45</sup> Blogs: [3] [5] [7] [8] [12] [15] [16] [18] [19] [21] [23]

<sup>46</sup> Blogs: [1] [2] [10] [11] [14] [22] [25] [27] [29]

finden wir das Nick sowohl in der Adresse wie auch im Namen des Blogs. Bei 2<sup>47</sup> nur im Namen und bei anderen 2<sup>48</sup> nur in der Adresse des Blogs.

64 % der 119 Postings beinhalten kein Bild. Bei 20 % ist der Bezug textlastig<sup>49</sup>. Bei nur 15 % kann der Bezug ›Text-Bild‹ als bildlastig eingestuft werden.

Wenn wir jeweils das vollständige Blog in Betracht ziehen, kommen wir zum folgenden Ergebnis: 23 Blogs sind textlastig, 4<sup>50</sup> haben überhaupt kein Bild und nur 3 sind bildlastig.

### 9.4 Sprachliche Aspekte und Merkmale

Bevor wir uns in die konkrete Sprachanalyse des Korpus vertiefen, halte ich es für nützlich, uns zuerst kurz mit den Worten bzw. Lexemen der zentralen Begriffe in der spanischen Blogosphäre zu beschäftigen.

In diesem Zusammenhang ist Möllers Unterscheidung zwischen *Weblog* (»Link-Aufzeichnungen« (Möller ebd.: 128)) und *Blog* (»von Einzelpersonen betriebene, eher tagebuchartige Online-Aufzeichnungen« (Möller ebd.: 126)) interessant. Da es ein Prinzip unserer Auswahl war, von Unternehmen oder Zeitungsredaktionen betriebene Blogs abzulehnen, handelt es sich bei der Mehrzahl der von uns in den Korpus aufgenommenen Blogs um von Einzelpersonen eingerichtete Blogs. Reine Link-Aufzeichnungen gibt es nicht, und nur zwei<sup>51</sup> Blogs bezeichnen sich selber als *Weblog*, obwohl es sich um tagebuchartige Online-Aufzeichnungen handelt.

In allen Postings des Korpus erscheint das Wort *Blog* 7-mal, dagegen *Weblog* nur 1-mal. Zufall oder nicht, verstehen die Mehrheit dieser 30 spanischen Blogger genau wie Möller, tagebuchartige Online-Aufzeichnungen als *Blog* und nicht als *Weblog*.

---

<sup>47</sup> Blogs: [6] [9]

<sup>48</sup> Blogs: [4] [20]

<sup>49</sup> Abgrenzungskriterium für text- und bildlastig (nach Bestimmung mit dem Projektteam): Erschließt sich der Inhalt eher über das Bild: bildlastig, eher über den Text: textlastig. Eine empfehlenswerte Studie zum Bezug Text-Bild: Schmitz/Wenzel (2003).

<sup>50</sup> [17] [18] [26] [27]

<sup>51</sup> [11] [22]

Blogger werden im Spanischen folgendermaßen bezeichnet: *bloggers* (Anglizismus), *blogueros* (explizite Ableitung der englischen Form) oder auch mittels der affektiv-diminutiven Form *blogalita*. Mit der Präfixbildung *antibloggers* bezeichnet man die gegen die Blogosphäre gerichtete Politik der chinesischen Regierung. Blogs zu schreiben wird oft durch die explizite Ableitung *blogear* (als Verb) oder *blogismo* (als Substantiv) gekennzeichnet.

Auch Begriffe wie *bitácora* (Logbuch; so nennt sich z.B. Blog [29]), *espacio virtual de opinión* (virtueller Meinungsraum), *libro de notas* (Notizbuch), sowie die sehr allgemeinen Formen *mi página web* (meine Webseite) oder *web* werden für *Blog* bzw. *Weblog* benutzt. Postings werden im Spanischen v.a. als *posts*, *anotaciones* oder *historias*<sup>52</sup> bezeichnet. »Postings schreiben« benennt man hingegen vermittelt der expliziten Ableitung *postear*<sup>53</sup>.

Auch für die Bezeichnungen von Blog-Anbietern (*Servidores de Blogs* oder *Bloghosters*) und Blogtypen findet man interessante Wortbildungsmuster; hier einige Beispiele: *blogalia* (Kontamination), *blogia* (Kontamination), *Mibitacora.com* (Meinlogbuch.com; Zusammenschreibung), *metablog* (Präfixbildung), *fotoblog* (Zusammensetzung), *warblog* (Zusammensetzung + Anglizismus) etc.

Nach einer ersten Untersuchung unseres Korpus anhand des vorgegebenen Analyserasters kamen wir zur Schlussfolgerung, dass man – abgesehen von den sehr unterschiedlichen thematischen Inhalten und hypertextuellen Strukturen – die Blogs nach sprachlichen Merkmalen in zwei großen Gruppen unterteilen kann: nahe- und distanzsprachliche Blogs<sup>54</sup>.

»Nahkommunikation ist eher konzeptionell mündlich, Distanzkommunikation eher konzeptionell schriftlich. Hinsichtlich der sprachlichen Merkmale von konzeptioneller Mündlichkeit gegenüber konzeptioneller Schriftlichkeit sind [...] zu

---

<sup>52</sup> dazu: Orihuela (Stand: 25.09.05)

<sup>53</sup> Vergleich dazu das Kapitel zur Wortbildung aus dem neuesten Duden (2005: 641-772).

<sup>54</sup> Zu den Begriffen *Nähe-* und *Distanzsprache* und Konzeptionalisierung s. Koch/Österreicher (1985). Eine Aktualisierung und Erweiterung dieses Modells findet man in Ágel/Hennig (2003).

nennen: sprechsprachliche lexikalische Spezifika, einfachere Syntax, markierte Wortstellung, unklare Satzgrenzen, mehr Floskeln, variationsärmere Lexik, unscharfe Kohäsionsmittel usw.« (Schlobinski 2005: 131)

Es ist wichtig, die Pole Nähe/Distanz und Mündlichkeit/Schriftlichkeit nicht als sich in derselben Dimension befindliche Kennzeichnungen zu betrachten: Es gibt schriftliche Textsorten, die konzeptionell mündlich sind (z.B.: Chat) und gesprochene, die konzeptionell schriftlich sind (z.B.: Tageschau-Nachrichten).

Um Blogs als *nähesprachlich* einzustufen, haben wir im Analyseraster die Merkmale, die es rechtfertigen, einen Text in der Nähe des Pol der Nähekommunikation anzusiedeln, hervorgehoben und für jedes Blog quantitativ und qualitativ bestimmt. Diese Merkmale sind folgende: (1) Orthographische Merkmale (Flüchtigkeits-, Tipp-, Rechtschreib- und Interpunktionsfehler; Hybridschreibung und Zusammensetzungen); (2) Merkmale der gesprochenen Umgangssprache (Gesprächsaudrücke<sup>55</sup>, Umgangssprache, mündliche lexikalische Alternativen<sup>56</sup>, Inflektive, Tilgungen, Diminutive und Direkte Anrede); (3) Syntaktische Merkmale (Einfache Sätze, Parenthesen, Anakoluthe, Herausstellung und Imitation von Pausen durch »...«); (4) Abkürzungen; (5) Graphostilistische Merkmale (Smiley und Iteration).

Jedes Kriterium dieses Parameters wurde zur Erstellung unserer Bewertungsskala mit 5 Punkten berücksichtigt, so dass ein Maximum von 100 Punkten für die Bestimmung eines Blogs erreicht werden kann. Um ein Blog als *nähesprachlich* einzustufen, muss er mindestens 55 Punkte erreichen.

Über die oben angegebenen Kriterien hinaus gibt es noch andere sprachliche Merkmale des Analyserasters, die eine Nähe zur *Nähesprachlichkeit* indizieren. Da diese aber selten oder überhaupt nicht vorkamen (z.B.: Assimilation) oder aber im Spanischen auch für konventionelle schriftsprachliche Texte durchaus normal sind

---

<sup>55</sup> Im Analyseraster *Gesprächspartikel* genannt. Zum Terminus *Gesprächsaudrücke* vgl. Sieberg (2003)

<sup>56</sup> Begriff von Schwitalla (2003: 149ff.)

– wie z.B. Klitisierung und Ellipse –, wurden sie an dieser Stelle nicht berücksichtigt.

Außerdem wurden Merkmale angerechnet, die nicht im originalen Analyseraster (vgl. Editorial) erwähnt sind. Sie erscheinen uns wichtig, da sie die Nähe des jeweiligen Blogs zur konzeptionellen Mündlichkeit anzeigen und darüber hinaus auch noch relativ oft vorkommen, wie Flüchtigkeitsfehler, Interpunktionsfehler,

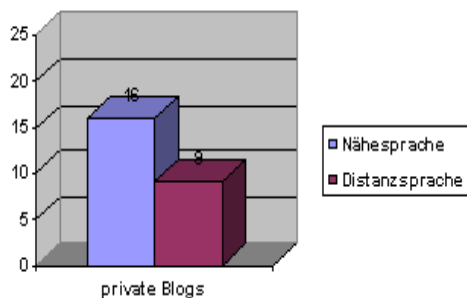


Abb. 1

lexikalische Alternativen, Diminutiva, Anakoluthe, Herausstellungen, Imitation von Pausen durch »...« und direkte Anrede.

Nähesprachliche Blogs wären: [2] [6] [7] [8] [10] [11] [14] [15] [17] [18] [19] [20] [22] [23] [24] [25]; distanzsprachliche Blogs wären also [1] [3] [4] [5] [9] [12] [13] [16] [21] [26] [27] [28] [29] [30]. Von den fünf professionellen Blogs sind alle fünf distanzsprachlich, was aber nicht bedeutet, dass in ihnen nicht auch nähesprachliche Merkmale vorkämen (s. dazu Abb.1 u. 2).

Orthographische Fehler sind charakteristisch für alle Blogs. Blogs, in denen nur ein Fehlertyp mit nur einem Beleg (wie es in den Blogs [22] und [23] der Fall ist) vorkommt, haben wir zur Kategorie *fehlerlos* gerechnet. Bei den privaten distanzsprachlichen Blogs gab es nur ein fehlerloses Blog [16]; bei den professionellen waren es hingegen zwei: [27] und [30]. Nur Blog [27] weist überhaupt keine Fehler auf.

Bei der *Hybridschreibung* unterscheiden wir vier Gruppen: (1) mit

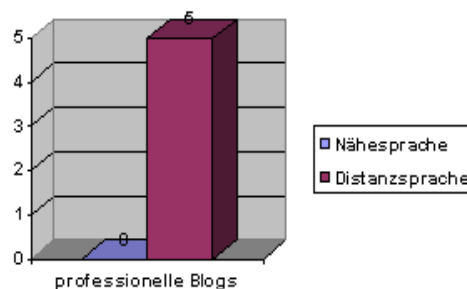


Abb. 2

Symbolen und/oder Zahlen: *€uros* (Blog [4]), *Blogs&kalimotxo&toros* [6] (kalimotxo: Getränk aus Wein und Cola, typisch vor allem im Baskenland), *La2* [8] (das zweite spanische Fernsehen), *weBlog* Blog [11], *salu2* [14] (Grüße), *geo:lat= y geo:lon=* [20], ... *durante todo el dia = hombros pelados* [22] (während des ganzen Tages = gebrannte Schultern), *ciberp@is* [26] (Rubrik von El Pais); (2) mit Binnenmajuskeln: *AcciOn* [1], *KstreamRipper* [4], *iMente* [29]; (3) mit Interpunktionzeichen: *Interrogatorio-Torturas chinas- We can be heros-Espere un momentito por favor* [3] (Verhör-chinesische Foltern-We can be heros- Einen Augenblick, bitte), *B-Art* [5]; *i-rresponsables* [16] (verantwortungslos); *las/es/os* [21] (die (Akk. Fem. Pl.), den (Dat. Fem. u. Mask. Pl.), die (Akk. Mask. Pl.); *sal(t-v)ar* [21] (springen-retten); (4) Groß- plus Kleinschreibung: *SHOUTcast* [4]; (5) Striche: [*tachado*] [6] ([*gestrichen*])

Bei den *Zusammenschreibungen* fallen die Belege mit Binnenmajuskel auf. Beispiele dafür sind: *PageRank* [29], *NiPutagracia.com* [14], *BlogGuest* [17], *eresMas* [24]; *GMail* (hier Abkürzung + Zusammenschreibung [24]).

Nur in zwei distanzsprachlichen Blogs [1] [28] findet man keine *Gesprächsausdrücke*, was uns erlaubt zu folgern, dass sie ein allgemeines sprachliches Merkmal von Blogs sind und damit ein starkes Indiz eben für deren Nähesprachlichkeit darstellen.

Zusammen mit den Gesprächsausdrücken treten auch oft *umgangssprachliche* Äußerungen auf. In allen nähesprachlichen und distanzsprachlichen Blogs findet man Belege für entsprechende Ausdrucksvarianten; nur im Blog [1] markiert der Autor explizit eine solche *umgangssprachliche Äußerung* (›hacerselo ver‹) mit Anführungszeichen. In den Blogs [3] [4] [5] [9] findet man keinen Beleg dieser Variante. Überraschend ist es, dass auch alle fünf professionellen Blogs Umgangssprache beinhalten.

Bei den umgangssprachlichen Äußerungen fallen die expliziten Ableitungen *posteo* [15] (Substantiv → Substantiv) und *postear* [19] (Substantiv → Verb) (beide: ›Postings schreiben‹) des Anglizismus *post* auf. Umgangssprachliche Ableitungen



wären ferner auch folgende Verbalformen *trampeéis* (vom Verb »trampear« betrügen, schwindeln) [19] (des Substantivs *trampa* (Betrug)) und *curiosear* (herumschnüffeln) [19] (des Substantivs *curiosidad* (Neugier)).

Als mündliche *lexikalische Alternativen* findet man: (1) *bicho* [15] (vulgär, Kerl – bezieht sich hier auf ein großes Tier) und die Variante *bichejo* [19] (vulgär, Viech); (2) *mierda* [17] [18] (vulgär, Scheiße); (3) *joderse* [18] (vulgär, sich abfinden müssen) und die Tilgung *joer* [7] (vulgär, Scheiße); (4) die Synonyme: *majaderias* [16], *gilipollices* [16], *chorradas* [6] (alle drei: vulgär, Dummheiten).

*Lautmalerei* und *Infektive* können einfach Geräuschimitationen sein, oder auch Gefühle/Emotionen des Bloggers ausdrücken, wie es prosodische Elemente (Lautstärke, Akzentuierung, Melodie ...) und extralinguistische Mittel in gesprochenen Alltagsdialogen leisten (vgl. Runkehl/Schlobinski/Siever 1998: 99). Extralinguistische Mittel ersetzen die in einer Face-to-face-Kommunikation möglichen extralinguistischen Handlungen wie Gestik, Haltung und Distanz zum Gesprächspartner, mittels derer die Gesprächsteilnehmer ihre emotionelle Beziehung zueinander regeln. Beispiele sind: *tam -tam* [3] ahmt Klopfen nach, *Obladi, Ob-la-da* (Titel eine Beatle-Liedes) [5], *Oogie Boogie* (Figur eines Tim Burton Filmes) [12], *Ñicnic* [19] bedeutet Geschlechtsverkehr, *jajaja* [7] [15] bedeutet lachen, *lalala* [8] ahmt singen nach, *buah* [14] und *sniff* [25] sind synonyme bedeuten Weinen, Traurigkeit; *uff* [15] und [25] bezeichnet Schreck [15] oder Seufzer [25], *Ouch* [22] steht für Niesen, *zas* [23] weist darauf hin, dass etwas plötzlich, unerwartet passiert ist; *bla..bla..bla..* [24] bedeutet unnützes Gerede, *agh* [25] ahmt Schreien nach.

*Tilgungen* sind im Spanischen und speziell im Andalusischen charakteristisch für Umgangssprache bzw. gesprochene Sprache. Ein typisches Beispiel aus dem Andalusischen ist *caló* (statt *calor*, Blog [20]). Da im alltäglichen Gebrauch sehr oft die getilgte Form benutzt wird, kommt es häufig vor, dass die ›Vollform‹ kaum vorkommt. (Beispiel dafür könnte die Tilgung *tele* sein ([14] [30]). Auch ist im Spanischen die

Tilgung von Eigennamen sehr häufig: *Tere* (statt Teresa), *Pili* (statt Pilar), *Soco* (statt Socorro), *Fran* (statt Francisco), *Bea* (statt Beatriz [2]) etc.

Im Folgenden eine Liste aller getilgten Formen: *Bea* [2], *peque* (statt pequeño) (klein) [7], *joer* (statt joder) (vulgär, Scheiße) [7], *tele* (statt televisión) [14] [30], *cumple* (statt cumpleaños) (Geburtstag) [2], *caló* (statt calor) (Hitze) [20], *cole* (statt colegio) (Schule) [25], *colgaos* (statt colgaros) (virtuell gemeint, hängt euch) [16], *esaborío* (statt desaborío) (fade) [26].

Auch *Diminutive* sind ein Merkmal der Umgangssprache bzw. der gesprochenen Sprache. Sie können Affektivität oder Verächtlichmachung<sup>57</sup> markieren. Die zu interpretierende Intention ergibt sich hierbei aus dem Kontext. Dazu die folgenden Beispiele mit zwei Suffixbildungen: (1) *illo* (-a/-os/-as/-in): 6 verschiedene Belege in ganzen Korpus; (2) *ito* (-a/-os/-as): 19 verschiedene Belege in ganzen Korpus. Formen, die sich wiederholen: *poquit-o* /-as [7] [15] (wenig) und *angelitos* [22] [23] (Engelchen). In den nächsprachlichen Blogs finden wir 18 verschiedene Belege, dagegen bei den distanzsprachlichen nur 7.

Das Bewusstsein um die Ähnlichkeit mit einer diskursiven Kommunikationsform wird ebenfalls durch die *direkte Anrede* der Ansprechpartner (bzw. Leser) deutlich. In Blog [2] finden wir 11 Belege. Hier dazu einige Beispiele: *¿La fragancia nos define?* (Bestimmt uns der Duft?), *¿Qué perfume o colonia usas normalmente?* (Welches Parfüm trägst du normalerweise?), *¿por qué?* (warum?), *¿Te gusta llevar perfume?* (Trägst du gerne Parfüm?), *Me ayudáis??* :D (Helft ihr mir?), ... Neben Belege in Blog [2] finden wir weitere in 9 der von mir bezeichneten als nächsprachlich eingestuften Blogs, dagegen nur in 4 der distanzsprachlichen Blogs ([1] [9] [13] [16]). Es fällt auf, dass für dieses Phänomen keine Belege in den professionellen Blogs zu finden sind.

---

<sup>57</sup> Als aktuelles Beispiel: Der 17-Jährige Schauspieler Juan José Ballesta, frisch gebackener Preisträger *Concha de Plata* des Film Festivals San Sebastian 2005, hat den Preis u.a. seinem Freund *Angelillo* gewidmet

Obwohl der sparsame Satzbau (*Einfacher Satz/Koordination*) als eine Eigenschaft von Nähesprache angesehen werden kann, im Gegensatz zur kompakten und komplexen Syntax von Distanzsprache, haben wir diese Zuordnung nicht so ohne weiteres übernommen, da Spanisch als lateinische Sprache eine starke Tendenz zu hypotaktischen Strukturen aufweist (vgl. dazu Abb. 3).

Das zeigt sich vor allem auch in denjenigen der analysierten Blogs, in denen die große Mehrheit der Sätze hypotaktisch ist. Interessant fanden wir *Einfache Sätze* mit *Perioden* [den »einfachsten« (Einfacher Satz) mit dem »komplexesten« (*Periode*<sup>58</sup>, komplexe Sätze, wo wir sowohl Koordination wie auch Subordination finden)

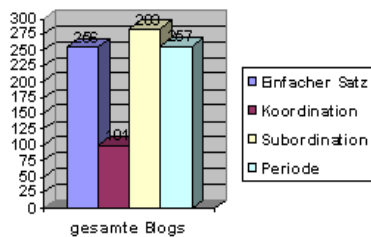


Abb. 3

Satztyp] zu vergleichen (vgl. Abb. 3). Blogs, indem die Zahl von *einfachen Sätzen* die von *Perioden* übertrifft, wurden als näher sprachlich gekennzeichnet.

Die Analyse der Blogs bestätigt, dass im Spanischen die Eigenschaften von sparsamer vs. extensiver Syntax nicht immer mit der

Nähe- vs. Distanzsprache übereinstimmen: von den 16 näher sprachlichen Blogs haben genau die Hälfte mehr *Perioden* als *einfache* Sätze. Interessant ist es auch, dass es bei den 5 professionellen Blogs ein von der Journalistin Victoria Prego geschriebenes Blog [30] gibt, in dem mehr *Einfachsätze* als *Perioden* vorkommen. Dieser Blog enthält viele kurze elliptische Sätze (→ Telegrammstil), wie es oft in Tagebüchern der Fall ist.

Ein anderes syntaktisches Phänomen sind *Parenthesen*<sup>59</sup>. Wie in der gesprochenen Sprache werden häufig die in den Blogs begonnenen Satzkonstruktionen durch Einschübe unterbrochen, weil dem Autor/Sprecher etwas einfällt, was für das Verständnis des Geschriebenen (Gesagten) wichtig ist. Ein Beispiel u.v.a. ist: *El agua de la*

<sup>58</sup> Periode, Begriff von Bergmann/Pauly (1992: 159)

<sup>59</sup> Auch oft *Einschübe* genannt.

*Reina de Hungría fue uno de los primeros perfumes (en crema) famosos.* (Das Wasser der Königin aus Ungarn war eines der ersten berühmten Parfüms (in Creme).) Nur in einem einzigen Blog [5] finden wir keinen Beleg für dieses Phänomen.

*Anakoluthe* und *Herausstellung* sind weitere Merkmale der nächsprachlichen Kommunikationshaltung. Es sind Phänomene, die zur Selbstkorrektur dienen, Zeitbedrängnis zeigen, die aber auch etwas betonen wollen und »Indikatoren für Engagement, Ausdrucksteigerung und für eine bequem-entspannte Ausdrucksweise« (vgl. Lewandowski 1994: 57) sind.

Im Blog [2] finden wir u.a. folgendes Beispiel: *Muchas veces, nos gustan los hombres desarropados, sudurosos y el olor que desprenden (ummm... a mí no :) masculinos pero limpios y duchaditos :P :) pero conozco a muchas chicas que eso les encanta!*. (Oft gefallen uns die schweißbedeckten Männer ohne Kleidung, einschließlich des Körpergeruches, den sie auslösen (hmmm... mir nicht :) maskuline aber sauber und geduscht :P :) aber ich kenne viele Frauen, die so etwas mögen!).

Außerdem finden wir satzförmige Links zu Websites, die einfach in den Text hineingefügt werden und die, obwohl sie unterstrichen sind, zu Satzabbrüchen führen. Beispiel u.a. in [17]: *En Una cadena de explosiones sacude el centro de Londres dicen que la BBC confirma la existencia de una bomba al menos.* In Eine Kette von Explosionen erschüttern das Zentrum von London sagen sie, dass der BBC zumindest die Existenz einer Bombe bestätigt.

Anakoluthe gibt es insgesamt bei 17 nächsprachlichen Blogs, bei distanzsprachlichen hingegen kommen sie nur 1-mal vor.

Bei *Herrausstellungen* dagegen ist der Unterschied nicht so groß: 18 Belege bei nächsprachlichen Blogs stehen 12 bei distanzsprachlichen gegenüber. Selbst bei den professionellen Blogs gibt es Beispiele für dieses Phänomen: (1) *Así dan las gracias, los esaboríos.* [26] So sagen Danke schön, die Faden. (2) *Esas son cosas nuestras. De la gente normal...* [27] Das sind unsere Angelegenheiten. Von normalen Personen. (3) ... *que*

*hemos disfrutado los españoles desde hace siglos. Siglos.* [30] ... den wir Spanier genossen haben, seit Jahrhunderten. Jahrhunderten.

Ein anderes Phänomen, das vor allem nächsprachliche Blogs aufweisen, besteht darin, einen angefangenen Gedankengang nicht zu Ende zu führen sondern mit wiederholten Auslassungszeichen »...« abzuschließen. Diese Punkte entsprechen den Pausen in einem Gespräch. Hierzu ein Beispiel aus [2] *Sea o no natural ... a mí me parece precioso ...* (Sei sie natürlich oder nicht ..., ich finde sie wunderschön ...). Wir finden dieses Phänomen in 14 der 16 nächsprachlichen Blogs, dagegen nur in 5 der 14 distanzsprachlichen Blogs.

Die Sprecher-Hörer-Nähe wird durch die Ausdrucksmöglichkeiten von Maschienschrift sprachökonomisch erweitert, dies geschieht u.a. durch Abkürzungen bzw. Akronyme<sup>60</sup> (vgl. Schmitz 2004: 92-93). Ein »intensiver Gebrauch der Abkürzungen kann Verständigungsprobleme bereiten« (Lewandowski 1994: 19). Der Schreiber eines Blogs mit vielen Abkürzungen unterstellt Nähe zum Adressaten dadurch, dass er ihm unterstellt, mit den von ihm benutzten Abkürzungen und Bedeutungen bekannt zu sein. Es gibt im Korpus keine einzige Abkürzung, deren Bedeutung erläutert wird. Oft verstellen uns diese Abkürzungen sogar den Schluss auf den entsprechenden Inhalt. Der Blogger setzt diese Kenntnis voraus; ein Umstand, der uns an mündliche Gesprächsdialekte erinnert. Man glaubt, den Partner zu kennen und unterstellt ein gemeinsames Weltwissen. Wenn ein Blog-Leser dieses nicht vermag, führt es zu einer nicht erfolgreichen Perlokution der Sprechhandlung und die Kommunikation missglückt. Der Blogger schreibt oft für eine konkrete Zielgruppe, beachtet dabei aber nicht, dass auch andere Personen sein Blog besuchen können.

Blogger benutzen sehr oft<sup>61</sup> konventionelle, vorhandene Abkürzungen, wie z.B. PSOE (Partido Socialista Obrero Español – Sozialistische Arbeiterpartei Spani-

---

<sup>60</sup> »Aus den Anfangsbuchstaben oder -silben einer Wortgruppe oder eines Kompositums gebildete Abkürzung, die als Wort verwendet wird, z.B. AT ›Altes Testament‹, SPD ›Sozialdemokratische Partei Deutschlands‹, Kita ›Kindertagesstätte‹, AKüSpra ›Abkürzungspr.« (Glück 2000 : 23).

<sup>61</sup> Wie es auch bei anderen Massenmedien der Fall ist.

ens), p. ej. (por ejemplo – zum Beispiel) etc. Selten aber benutzen Blogger unkonventionelle Abkürzungen. Unter ›unkonventionellen Abkürzungen‹ verstehen wir diejenigen, die Neuschöpfungen des Autors sind, die für eine konkrete Zielgruppe (also: weder offiziell noch konventionell) stehen, oder die in einem älteren Posting erläutert werden. Ein Verständnis dieser Formen setzt einen regulären Besuch eines solchen Blogs voraus. Folglich wurden allein diese unkonventionellen Abkürzungen als nächsprachliche Eigenschaften gekennzeichnet; konventionelle bzw. offizielle Abkürzungen findet man hingegen auch bei distanzsprachlichen Textsorten.

Beispiele unkonventioneller Abkürzungen sind: [6]: *Felipe M.* (Maza, Familienname des Bloggers), [10]: *JP* (Jose P.?, Anfangbuchstabe des Familiennamens des Bloggers), *v.* (für voltios) (Volt); [11]: *MMM* (miércoles mágico musical, magischer musikalischer Mittwoch), [14]: *NPG* (Weblogtitel: NiPutaGracia, kein verflüxter Spaß), [15]: *D.* (für den Namen ihres Sohnes, ?), [18]: *I.* (für Iván); *S.* (für Sergio), [25]: *P.* (für ?), [27]: *ehb* (Eduardo Haro Tecglen, Autor des Blogs) u.a. Zu beachten ist, dass es in den professionellen Blogs nur einen Fall [27] gibt.

Bei der Graphostilistik ist der Gebrauch des Phänomens *Smiley*<sup>62</sup> (Folge von Zeichen, die auf jeder Computertastatur vorhanden sind) hervorzuheben. Es gibt unterschiedliche Typen, die zum Ausdruck von verschiedenen Gefühlen dienen. Zum Gebrauch und zur Funktion dieses graphostilischen Merkmals findet man folgende Erläuterungen bei Runkehl/Schlobinski/Siever (ebd.: 99):

»Der Gebrauch der Smileys kann aufgrund seiner kommunikativen Funktionen als eine Kompensationsstrategie für den Gebrauch verbaler und non-verbaler Merkmale in der gesprochenen Sprache begriffen werden. Das, was im Gespräch Gesprächsausdrücke und Interjektionen, Prosodie, Mimik und Gestik funktional leisten, wird im Chat durch Smileys und andere Mittel ausgedrückt.«

---

<sup>62</sup> Listen von Smileys finden wir u.a. bei Sanderson (1997) und Beutner (2002)

Unter den vielen graphischen Varianten werden wenige systematisch und wiederholt eingesetzt. Die am meisten benutzte Variante ist :) – Allograph

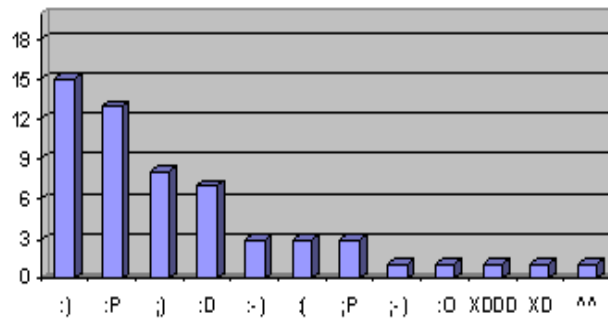


Abb. 4

von :-) – mit 15 Belegen (nur in Blog [2] 11-mal!), :P<sup>63</sup> ist der Smiley, der in den meisten Blogs (genau 7) vorkommt (vgl. Abb. 4).

Erwähnenswert ist es, wie sich die Allographen gegen die Standard-Smileys<sup>64</sup> durchgesetzt haben, und wie neue Smileys (hier: XD (lachen), XDDD (großes Lachen)) verstärkt und alltäglich auftauchen.

Wichtig ist es darüber hinaus zu erwähnen, dass alle Smileys nur in den von uns als nächsprachlichen bezeichneten Blogs – genau in 10 – erscheinen, dagegen finden wir bei den distanzsprachlichen Blogs keinen einzigen Beleg.

Genau wie Smileys drücken auch die *Iterationen* Gefühle aus. Außerdem handelt es sich um einen Verstoß gegen die geltenden Orthographieregeln.

Beide graphostilistische Phänomene kann man als kreativen Umgang mit der Sprache werten. Es gibt im Korpus 13 Belege in 7 Blogs. Außerdem finden wir die Iterationen genau wie die Smileys ausschließlich in nächsprachlichen Blogs. Beispiele u.a. sind:

(1) estoy mueeeeeeeerta (Blog [22])

(2) AGGGGGGGGGGGGGGGGGGGGGGGGGHHHHHHHHHHHH  
 HHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHH (Blog [25])

<sup>63</sup> :P (ein Smiley der die Zunge herausstreckt), ;P (ein zwinkernder Smiley für ironische Bemerkungen), :D (ein lachender Smiley für witzige Bemerkungen), ^^ (der Absender freut sich)

<sup>64</sup> Siehe Verteilung der Smileys nach Auftreten in Runkehl/Schlobinski/Siever (ebd: 97)

(2) ist ein sehr interessantes Beispiel, da wir hier neben der *Iteration*, auch *Großschreibung* finden, die lautes Sprechen darstellt.

Letztendlich erläutern wir kurz andere sprachliche Merkmale, die wir aus verschiedenen Gründen in unserer Bewertungsskala nicht als nächsprachlich gekennzeichnet haben: *Inhalt*, *Standardschreibung*, *Klitisierung*, *Amalgierung*, *Homophonie*, *Ellipse*, *Dialekt (andere Staatsprache)* und *Anglizismus*; die aber bei der sprachlichen Analyse der Blogs berücksichtigt worden sind und in einigen Fällen auch interessante sprachliche Belege anbieten.

*Inhaltlich* sind die von uns analysierten Blogs sehr unterschiedlich. Ein Blog kann mehrere Inhalte behandeln, wobei uns die vom Autor verfügbaren Kategorien oft helfen, sich in diesem sonderbaren *Pandämonium* zu Recht zu finden. Wir brauchen nicht zu erläutern, wie schwierig die Navigation in einem Blog ist, wenn diese Kategorien in einem inhaltsreichen Blog fehlen. Die meisten der analysierten Blogs behandeln private und unterschiedliche Themen. Auch Blogs mit politischen Meinungen gibt es reichlich, was aber wiederum auch nicht bedeutet, dass wir nicht sehr spezifische Blogs finden. Die verschiedenen behandelten Themen der hier 30 analysierten Blogs sind am Ende unter Anhang 2 angegeben.

Hinsichtlich der Orthographie fällt auf, dass alle Blogs der *Standardschreibung* folgen, es gibt weder *konsequente Großschreibung* noch Kleinschreibung, wie es vielleicht in anderen Kommunikationsformen (ev. E-Mail oder Chat) der Fall wäre.

*Klitisierung*<sup>65</sup> ist im Spanischen bei Verbalformen ein typisches Merkmal sowohl der gesprochenen als auch der geschriebenen Sprache. Eine Aufzählung der Beispiele brächte keine zusätzlichen Erkenntnisse. Das einzige nicht verbale Beispiel wäre: *pal* (para el) (*Klitisierung* + *Tilgung*) (Blog [14])

Auch Belege von *Kontaminationen/Amalgierungen* sind im Korpus sehr selten. Erwähnenswert sind jedoch folgende Beispiele: *moblog* (movil + Blog) (Mobil(telefon) +

---

<sup>65</sup> Genauer: die Enklise, Anlehnung eines nicht oder schwach betonten Pronomens an das vorangehende Wort.



Blog) [10], *Blogosfera* (Blog + esfera) (u.a. in [29]), *Gofitácora* (gofio + bitácora) (gofio im kanarischen Dialekt: braunes Mehl; also: »Mehlblog«) [29].

*Homophonische* Belege<sup>66</sup> gibt es im Korpus kaum. Hier zwei Ausnahmen: *wuewo* (statt huevo – »Ei«) und *Salu2* (statt Saludos – »Grüße«) in Blog [14].

Die *Ellipse* der Subjektergänzung - die Person wird im Verb markiert- , ist im gesprochenen oder geschriebenen Spanisch so häufig, dass eine Aufzählung der Belege für unsere Fragestellungen relativ wenig an Erkenntnis bringen würde. Trotzdem scheint die Feststellung erwähnenswert, dass die *Struktur-Ellipse* (Ellipse der Präposition, des Kopulaverbs oder des Vollverbs – vgl. Gansel/Jürgens 2002: 175) der im Korpus am häufigsten belegte Typus ist.

In Blog [4] überrascht die Entdeckung, dass der Autor anscheinend aus Galizien kommt, da er an 3 Stellen das Galizische mit dem Spanischen mischt: *desde logo* (Galizisch) statt *desde luego*; *mesmo* statt *mismo* und *maioría* statt *mayoría*. Belege aus anderen *Staatsprachen* finden wir auch in Blog [9], in dem die Bloggerin die direkte Rede ihrer Großmutter im Katalanischen weitergibt. *Dialektalische* Belege finden wir nur in [20], *caló* bzw. *la caló* (Andalusisch – Südspanien) statt *calor* bzw. *el calor*.

Bei den *Anglizismen*, die wir im Korpus finden, handelt es sich vor allem um Eigennamen von Schauspielern, Sängern etc., Film-, Liedtitel, Musiktypen etc., wie auch um Fachbegriffe der Informatik. Der Beleg, der sich in allen Einträgen am meisten wiederholt wird, ist *blog* (7-mal), abgesehen von der Variante *weblog* (1-mal) und vom Paradigma (*bloguer*, *bloguerismo*, *blogpocket* jeweils 1-mal). Aus der umfangreichen Gruppe der Anglizismen scheinen uns folgende besonders erwähnenswert: *internet* erscheint im Korpus 5-mal, *web* 2-mal, *wikipedia*<sup>67</sup> 2-mal, *post* 2-mal (+ Paradigma *posteo* 1-mal und *postear* 3-mal). Die Formen *posteo*, *postear* und *bloguerismo* sind,

<sup>66</sup> Homophonische Belege kommen öfters in der Chat-Kommunikation: *wuenas*, *muxo*, *xau wuapo/a* ....

<sup>67</sup> Wikipedia ist eine Hybridbildung, die aus *wiki* (hawaiianisch schnell) und *Encyclopedia* (englisch – mit lat. Ursprung) besteht.

wie wir oben schon angedeutet haben, sehr spezielle Fälle, da sie explizite Ableitungen von Anglizismen sind und folglich Fremdwortbildungen darstellen.

Viel interessanter ist aber der Anglizismus *trolls* im Blog [27]. In der Blogosphäre bezeichnet man als *trolle* anonyme Benutzer, die beleidigende, riesengroße Texte in ihre Kommentare einfügen, Links auf Schock-Seiten<sup>68</sup> eingeben usw. (vgl. Möller 2005: 118) Bei vielen der Blogeinträge, die auch in der Zeitung *El País* oder im Radiosender *Cadena Ser* veröffentlicht werden, handelte es sich um die Darstellung der politischen Meinung des Autors, des einundachtzigjährigen Journalist Eduardo Haro Tecglen. Mit *trolls* bezeichnet er im Posting die Sympathisanten der spanischen rechten Partei *PP*, die die Regionalregierung von Katalonien beleidigen (*Y cuando el PP y sus enanillos memos de blog ->trolls«- [...] - und wenn die PP und ihre dummen Kobolde -trolls- [...]»*)<sup>69</sup>, ohne aber zu erläutern, was er mit *trolls* bzw. *enanillos* meint. Er geht wohl davon aus, dass die Zeitungsleser den Begriff kennen. Interessant für diese Analyse ist hier aber nicht so sehr die Bedeutung des Wortes, oder der Umstand, dass es sich um einen Anglizismus handelt, sondern eher das Phänomen, dass es sich um eine Mischung zweier Textsorten handelt, nämlich von Posting und Leitartikel, und damit um die Benutzung eines Blog-Begriffes *troll* in einem anderen Medium, und zwar im Medium der Zeitung.

### 9.5 Fazit und Perspektiven

1. Hinsichtlich des sprachlichen Ausdrucks erweisen sich die Blogs als sehr heterogen; distanzsprachliche Blogs haben oft nächsprachliche Merkmale, genau so wie nächsprachliche Blogs oft auch distanzsprachliche Merkmale enthalten. Derselbe Blog kann sowohl verschiedene Themen behandeln, als

---

<sup>68</sup> Das sind Seiten mit unangenehmen Fotos, Viren, riesengroßen Dokumenten, die den eigenen Computer blockieren können usw. Mehr dazu: [http://en.wikipedia.org/wiki/Schock\\_site](http://en.wikipedia.org/wiki/Schock_site)

<sup>69</sup> Andererseits beleidigen ihn diese *trolls* oft persönlich im Blog: *momia* (Mumie), *viejo comunista* (alter Kommunist), *rojo de mierda* (scheiß Roter) etc. Bewundernswert ist, dass Tecglen keinen einzigen Kommentar löscht.

auch ganz unterschiedliche sprachliche, stilistische oder funktionale Merkmale enthalten<sup>70</sup>. Das alles hindert uns aber nicht, zu dem Schluss zu gelangen, dem zur Folge sowohl die immer vorkommenden *orthographischen Fehler* (Tipp-, Flüchtigkeits-, Interpunktionsfehler etc.) als auch die massive Verwendung von *Gesprächsausdrücken* den diskursiven Charakter der Blogs unterstreichen.

2. Viele Internetbenutzer scheinen einen stärkeren emotionelleren Bezug zu Blogs als zu entsprechenden anderen Texten traditioneller Kommunikationsformen (oder deren Online-Versionen) zu haben. Hierbei handelt es sich um keine banale Behauptung, da unsere Analyse deutlich zeigt, dass die Zahl der von Medienkonzernen (/Unternehmen, politische Parteien etc.) betriebenen oder angebotenen Blogs täglich steigt. Dabei ist anzumerken, dass diese neue Kommunikationsform die benachbarte Form ›Diskussionsforum‹ mehr und mehr verdrängt oder gar vollkommen ersetzt, wie es in der Online-Version von *El Mundo* der Fall ist.
3. Dabei sehen wir aber auch die Gefahr einer Übernahme persönlicher (und kritischer) Blogs durch Medienkonzerne, wie es im Falle von *Trucos de Google* (Google-Tricks) – der (Ex-)Blogger arbeitet jetzt für Google – oder *Gadgetoblog* – der von der Online-Version von *El Mundo* übernommen wurde – geschehen ist. Die Unabhängigkeit und damit auch der mediale Sonderstatus der Blogs könnten in Zukunft durch diese Übernahmen verloren gehen.
4. Nach fünfmonatiger, intensiver Beschäftigung mit den Blogs scheint es uns angebracht, die mehrdeutige Klassifikation *privat/professionell*<sup>71</sup> aufzugeben, zu Gunsten einer Unterscheidung zwischen Blogs, die in Online-Sites von Medienkonzernen (/Unternehmen, politische Parteien etc.) untergebracht

<sup>70</sup> Zur Komplexität der Sprache in modernen Medien s. Schmitz (2004: 33ff.)

<sup>71</sup> Oft fanden wir z.B. private Nachrichten-/Politik-Blogs, die eine hohe Professionalität erwiesen.

sind und denen, die eine eigene individuelle Domäne aufweisen. Folglich sind die Blogs [26] und [29] für uns persönliche Blogs, da sie in keiner Website eines Medienkonzerns untergebracht sind, obwohl es sich bei den Bloggern um renommierte, professionelle Journalisten handelt, die vielleicht zu ihrer Unterstützung Informatikexperten zur Seite haben.

5. Ob Blogs in der Zukunft andere ähnlich multimediale Kommunikationsformen verdrängen werden, wissen wir nicht, obwohl viele der Umstände darauf hindeuten. Relativ sicher sind wir uns jedoch hinsichtlich der Behauptung, dass die Blogs wie bereits geschehen<sup>72</sup> ihre Kommunikationsfunktionen erweitern werden. Ob sie sich so weit entwickelt werden, wie im Falle von *Anrufen in Abwesenheit*<sup>73</sup> ist sicher fraglich, obwohl man es nicht ausschließen kann. Nach Daten von den drei spanischen Telefongesellschaften ist die Zahl der *Anrufe in Abwesenheit* zum ersten Mal erheblich höher als die der SMS-Nachrichten (vgl. Ramón Muñoz 2005). Diese Zunahme hat u.a. auch damit zu tun, dass sie sich in eine Art Kommunikationsform verwandelt haben. Man benutzt sie u.a., um den Eltern mitzuteilen, dass sie anrufen sollen, um so Geld zu sparen. Man gebraucht sie auch, um den Anrufenden Bescheid zu sagen, dass man am Zielort/Treffpunkt ist. Die Internet-Ente, dass Anrufe in Abwesenheit in Zukunft kostenpflichtig sein werden, wurde (glücklicherweise) sowohl von den Telefongesellschaften als auch von der Regierung geleugnet.

### Literatur/Internetadressen

Ágel, Vilmos/ Hennig, Mathilde (2003). Theorie und Praxis des Nähe- und Distanzsprechens (in Vorbereitung zur Veröffentlichung in einem Sammelband, Szeged).

<sup>72</sup> Dass man aktuelle Nachrichten nicht nur in Websites von Zeitungen lesen kann, ist heutzutage klar, so ist z.B. der beste spanischsprachige *Journalistische Blog* 2004 (nach The Blogs – Best of the Blogs – Deutsche Welle International Weblogs Awards 2004) Periodistas 21 ein persönlicher Blog einer einzigen Person.

<sup>73</sup> Anklingeln und dann gleich wieder auflegen, damit die Rufnummer im Display erscheint.

- Bergmann, Rolf/ Pauly, Peter (1992).. Neuhochdeutsch. Arbeitsbuch zur Grammatik der deutschen Gegenwartssprache. Vandenhoeck. Göttingen.
- Beutner, Yvonne (2002). E-Mail-Kommunikation. Eine Analyse. ibidem-Verlag. Stuttgart.
- DUDEN Redaktion (2005). Die Grammatik. Dudenverlag. Mannheim u.a.
- Gansel, Christina/ Jürgens, Frank (2002). Textlinguistik und Textgrammatik. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden.
- Glück, Helmut (Hg.) (2000). Metzler Lexikon Sprache. Metzler. Stuttgart-Weimar.
- Koch, Peter/ Österreicher, Wulf (1985). Sprache der Nähe – Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte. In: Romanisches Jahrbuch, Nr.36. S.15-43.
- Lewandowski, Theodor (1994). Linguistisches Wörterbuch (3 Bände). Quelle&Meyer. Heidelberg-Wiesbaden.
- López García, Guillermo (2005). Modelos de comunicación en Internet. Tirant Lo Blanch. Valencia.
- Möller, Erik (2005). Die heimliche Medienrevolution. Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern. Heise. Hannover.
- Muñoz, Ramón (2005). El número de llamadas perdidas alcanza al de mensajes cortos. In: El País, 12. September, S. 72.
- Runkel, Jens, Schlobinski, Peter, Siever, Torsten (1998). Sprache und Kommunikation im Internet. Westdeutscher Verlag. Opladen/Wiesbaden.
- Sanderson, David (1997). Lexikon der Emotikons. In: Zeitschrift für Semiotik, Band 19, Heft 3. S. 307-315.
- Schlobinski, Peter (2005). Mündlichkeit/Schriftlichkeit in den Neuen Medien. In: Standardvariation. Wie viel Variation verträgt die deutsche Sprache? Hg. von Ludwig M. Eichinger und Werner Kallmeier. (= IDS-Jahrbuch 2004). Berlin, S. 126-142.
- Schmitz, Ulrich (2004). Sprache in modernen Medien. Einführung in Tatsachen und Theorien, Themen und Thesen. Erich Schmidt Verlag. Berlin.
- Schmitz, Ulrich / Wenzel, Horst (2003). Wissen und neue Medien. Bilder und Zeichen von 800 bis 2000. Erich Schmidt Verlag. Berlin.
- Schwitalla, Johannes (2003). Gesprochenes Deutsch. Erich Schmidt Verlag. Berlin.
- Sieberg, Bernd (2003). Illokutions-verknüpfende und gesichtswahrende Funktion von Gesprächswörtern. Veröffentlichung in Vorbereitung in den Akten des 38. Internationalen Kolloquiums für Linguistik in Piliscava, Budapest.

- 100 cosas sobre mi in Weblog 2.1 de Ana < <http://www.analiebana.com/mis100.htm> > 10.10.05
- Almeida, Manuel (26.09.05) <<http://www.proyectoisla.com/mangasverdes/?p=1127>>
- Blogger < <http://www.blogger.com/start> > 10.10.05
- Ecuaderno <<http://www.ecuaderno.com> > 10.10.05
- elmundo.es <<http://www.elmundo.es> > 10.10.05
- Evhead < <http://www.evhead.com> > 10.10.05
- FeedReader <[www.feedReader.com](http://www.feedReader.com) > 10.10.05
- Los desayunos de TVE < <http://www.rtve.es/tve/informativos/desayunos/index.php> > 10.10.05
- Messenger < <http://www.msn.com/> > 10.10.05
- Noticias.dot.com < [www.noticiasdot.com](http://www.noticiasdot.com) > 10.10.05
- Orihuela, José Luis (31.08.04) < <http://www.ideasapiens.com/blogs/Medios/archivos/000254.html> >
- Wikipedia < <http://de.wikipedia.org/wiki/> >; englische Version: <[http://en.wikipedia.org/wiki/Main\\_Page](http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page)>; spanische Version: <<http://es.wikipedia.org/wiki/Portada>>; 10.10.05

## Anhang

Nr.	Thema	Adresse	Titel
1	Solidarität	<a href="http://accion.bitacoras.com">http://accion.bitacoras.com</a> 31.05.05	AcciOn
2	Verschiedenes/ Privates	<a href="http://www.beatriz.ws">www.beatriz.ws</a> 3.07.05	Beatriz ws
3	Literatur (originale Erzäh- lungen)/Privates (literarischer Stil)	<a href="http://www.miscartas.com">www.miscartas.com</a> 03.07.05	Cartas Desde Mi Ip
4	Informatik/Po- litik	<a href="http://blog.davidmartinez.net">http://blog.davidmartinez.net</a> 03.07.05	Delirios de un Informático
5	Kurzbiogra- phien/Comic	<a href="http://absencito.blogspot.com">http://absencito.blogspot.com</a> 09.07.05	El blog Ausente
6	Verschiedenes/ Privates	<a href="http://felipem.bitacoras.com">http://felipem.bitacoras.com</a> 09.07.05	log.FelipeM
7	Privates/Ver- schiedenes	<a href="http://www.blogs.ya.com/gotasdel-&lt;br/&gt;luvia">http://www.blogs.ya.com/gotasdel- luvia</a> 09.07.05	gotas de lluvia en la ventana
8	Verschiedenes/ Privates	<a href="http://www.historynext.com">www.historynext.com</a> 22.07.05	historyNext
9	Privates/Ver- schiedenes (literarischer Stil)	<a href="http://www.zonalibre.org/blog/im-&lt;br/&gt;somnia">http://www.zonalibre.org/blog/im- somnia</a> 09.07.05	Insomnio de Turandot
10	Internet/Infor- matik	<a href="http://www.jp-geek.com">www.jp-geek.com</a> 09.07.05	JP-Geek
11	Verschiedenes/ Privates	<a href="http://www.kiio.net">www.kiio.net</a> 09.07.05 (Mittlerweile 05.10.05 ist der Blog über diese Adresse nicht mehr zu erreichen)	Kiio weBlog
12	Literatur/Film/ Fernsehen/Pri- vates	<a href="http://lahispaniola.blogspot.com">http://lahispaniola.blogspot.com</a> 12.07.05	La Hispaniola
13	Verschiedenes/ Privates	<a href="http://mp.blogalia.com">http://mp.blogalia.com</a> 12.07.05	Malos Pensamientos
14	Verschiedenes	<a href="http://www.niputagracia.com">www.niputagracia.com</a> 12.07.05	NiPutagracia.com
15	Privates/Inter- net/Verschie- denes	<a href="http://paginasenblanco.blogspot.&lt;br/&gt;com">http://paginasenblanco.blogspot. com</a> 13.07.05	Páginas en blanco
16	Archäologie	<a href="http://quotidianum.blogalia.com">http://quotidianum.blogalia.com</a> 13.07.05	Quotidianum
17	Blogosphäre/ Verschiedenes	<a href="http://fernd0.blogalia.com">http://fernd0.blogalia.com</a> 13.07.05	Reflexiones e irreflexiones
18	Privates/Ver- schiedenes	<a href="http://ivanysergio.blogspot.com">http://ivanysergio.blogspot.com</a> 13.07.05 (inzwischen 05.10.10 aufge- geben)	S + I
19	Bibliothekswis- senschaft/Bibli- otheken/Bücher	<a href="http://tekateka.blogspot.com">http://tekateka.blogspot.com</a> 13.07.05	Teka Teka
20	Verschiedenes	<a href="http://bolg.bitacoras.com/word-&lt;br/&gt;press">http://bolg.bitacoras.com/word- press</a> 13.07.05	Urban Design

Nr.	Thema	Adresse	Titel
21	Politik	<a href="http://www.votoenblanco.com/bitacora/index.html">http://www.votoenblanco.com/bitacora/index.html</a> 13.07.05	Voto en blanco
22	Privates/Nachschreizepte/ Verschiedenes	<a href="http://www.analiebana.com">www.analiebana.com</a> 16.07.05	Weblog 2.1 de Ana
23	Verschiedenes	<a href="http://carmenanguado.blogspot.com">http://carmenanguado.blogspot.com</a> 16.07.05	¡Más Madera!
24	Internet/Informatik/Verschiedenes	<a href="http://hronia.blogalia.com">http://hronia.blogalia.com</a> 16.07.05	Yogur Griego
25	Privates/Verschiedenes	<a href="http://lialianta.blogspot.com">http://lialianta.blogspot.com</a> 16.07.05	¿Lianta yo? que vajij
26	Politik	<a href="http://www.arcadi.espasa.com/index.html">www.arcadi.espasa.com/index.html</a> 17.07.05	Diarios. Blog de Arcadi Espada
27	Politik/Kultur	<a href="http://www.eduardoharotecglen.net/blog/">www.eduardoharotecglen.net/blog/</a> Inzwischen ist der Autor leider gestorben. Erwähnenswert ist, dass die Nachricht über den Blog übermittelt wurde, was wieder als Beispiel für die täglich steigende „Kommunikationskraft“ der Blogs dient. Tausende von Beileid-Postings sind zu diesem Eintrag zu lesen. 19.10.05	Eduardo Haro Tecglen
28	Film	<a href="http://blogs.telecinco.es/cine">http://blogs.telecinco.es/cine</a> 17.07.05	Grupo Salvaje
29	Blogosphäre/ Politik/Verschiedenes	<a href="http://www.proyectoisla.com/mangasverdes">www.proyectoisla.com/mangasverdes</a> 17.07.05	Mangas Verdes
30	Politik	<a href="http://www.elmundo.es/elmundo/prego.html">www.elmundo.es/elmundo/prego.html</a> 10.06.05	Victoria Prego Blog Política

## ANHANG A: NETLINKS

Die im Folgenden aufgeschlüsselten Internetadressen sind über die im Text genannte Ziffer (in den Klammern der Blogosphäre-Tabellen, z.B. [217]) auch ohne Eingeben aufrufbar. Begeben Sie sich zur Eingabe auf die Website [mediensprache.net](http://www.mediensprache.net) (eine detaillierte Erklärung finden Sie unter <http://www.mediensprache.net/netlink/>), geben Sie in das Netlink-Feld im oberen rechten Bereich die Netlink-Ziffer ein und drücken Sie die Enter-Taste.

217 <http://www.bloggportalen.se>  
218 <http://nyligen.se>  
219 <http://www.sweblogs.com/>  
220 <http://intressant.se>  
221 <http://martin.bagge.nu/ointeressant/>  
222 <http://svensk.lemonad.org/>  
223 <http://www.tjejblog.com/>  
224 <http://www.daven.se/blogwalk/>  
225 <http://knuff.se>  
226 <http://mymarkup.net/blog/>  
227 <http://www.stationsvakt.blogspot.com/>  
228 <http://kornet.nu/blindhona/>  
229 <http://www.steffanie.net>  
230 <http://www.tiger.se/blog/>  
231 <http://www.apolloprojektet.com/>  
232 <http://malin.typepad.com/>  
233 <http://expressen.se/bloggen/linda/>  
234 <http://www.aftonbladet.se/blogg/virtanen/>  
235 <http://www.veckorevyn.com/ebbasblogg/>  
236 <http://bloggbloggar.se/>  
237 <http://www.bloggliv.se/>  
238 <http://www.bokee.com/>  
239 <http://research.blogchina.com/index.html>  
240 <http://www.okblog.cn/doc/>  
241 <http://spaces.msn.com/default.aspx?mkt=zh-cn>  
242 <http://www.feedsearch.net/>  
243 <http://www.cnblog.org/index.html>  
244 <http://www.8fang.net/>  
245 <http://www.grass.org.cn/>



246 <http://my.blogchina.com/>  
247 <http://www.blogcn.com>  
248 <http://www.blogdriver.com>  
249 <http://www.yourblog.org>  
250 <http://www.blogbus.com>  
251 <http://club.tianyablog.com>  
252 <http://bulo.news.163.com>  
253 <http://www.westca.com/blogs/>  
254 <http://beifang.tengzhou.net/blog/index.asp>  
255 <http://www.topsoho.com.cn/default.aspx>  
256 <http://www.mblog.ru>  
257 <http://blogsearch.google.ru/>  
258 <http://lenta.yandex.ru/>  
259 <http://top.mail.ru/Rating/Internet-Reviews/Today/Hosts/1.html#30>  
260 [http://theweblog.net/top/index.php?method=unq\\_pw&cat=](http://theweblog.net/top/index.php?method=unq_pw&cat=)  
261 <http://www.webplanet.ru/news/focus/2004/12/6/thebobs.html>  
262 <http://wiki.inses.ru/InTerra>  
263 [http://www.liveinternet.ru/journal\\_register.php](http://www.liveinternet.ru/journal_register.php)  
264 <http://wordpress.ru/>  
265 [http://www.gazeta.ru/techzone/2005/08/17\\_a\\_356505.shtml](http://www.gazeta.ru/techzone/2005/08/17_a_356505.shtml)  
266 <http://blog.ru/>  
267 <http://blogonline.ru>  
268 <http://lj.rossia.org>  
269 <http://catalog.wmas.msk.ru/>  
270 <http://wp.mazoo.net/>  
271 <http://komanda.com.ru/>  
272 <http://www.viruslist.com/ru/weblog>  
273 <http://blog.analytic-center.ru/>  
274 <http://www.sellme.ru/>  
275 <http://softblog.ru/>  
276 <http://www.ergeal.ru/blog/921.htm>  
277 <http://www.npj.ru/dura-lex>  
278 <http://blog.gala.net/pages/faq/>  
279 [http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/texts/lj/rlj\\_biblio.html](http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/texts/lj/rlj_biblio.html)  
280 <http://barrapunto.com>  
281 <http://www.blogalia.com>  
282 <http://www.bitacoras.com>  
283 <http://www.blogia.com>  
284 <http://www.blogs.ya.com>  
285 <http://www.blogdir.com>  
286 <http://www.zonalibre.org>  
287 <http://www.ecuaderno.com>  
288 <http://www.stormymondays.com/rainidays.com>  
289 <http://web.archive.org/web/20010124032100/jmarquez.hypermart.net>  
290 <http://trucosdegoogle.blogspot.com/>  
291 <http://www.eduardoharotecglen.net>  
292 <http://blogs.diariovasco.com>  
293 <http://blogs.prisacom.com>  
294 <http://www.elmundo.es/elmundo/blogs.html>  
295 <http://www.elmundo.es/elmundo/prego.html>  
296 <http://foixblog.blogspot.com/>  
297 <http://blogs.20minutos.es/arsenioescolar>  
298 <http://blogs.prisacom.com/javierdelpino/>  
299 <http://blogs.prisacom.com/martigomez/>  
300 <http://blogs.telecinco.es/>  
301 <http://www.librodenotas.com>

- 302 <http://www.librodenotas.com/mt/prestige.html>
- 303 <http://tomasete.blogspot.com/>
- 304 <http://www.proyectoisla.com/mangasverdes/>
- 305 <http://blogometro.blogalia.com/>
- 306 <http://www.bitacoras.com/diccionario>
- 307 <http://www.ciberespiral.org/jornada2005/comunica/bmarin.pdf>
- 308 <http://cent.uji.es/octeto/>
- 309 <http://cibermarikiya.blogspot.com/>
- 310 <http://www.quin2005.com/diario.htm>
- 311 <http://www.ibarretxe.com/bitacora>
- 312 <http://www.msangil.com/msangil/weblog/>
- 313 <http://www.historiadelosweblogs.com/index.php/Portada>
- 314 <http://cywinska.pl/>
- 315 <http://blogoslownik.blox.pl/html>
- 316 <http://pawelkaczyk.midea.pl/category/komputer-linux-opensource/blogowa-kultura/>
- 317 <http://blog.onet.pl/>
- 318 <http://blox.pl/html>
- 319 <http://mylog.pl/>
- 320 <http://www.mblog.pl/>
- 321 <http://blog.tenbit.pl/www/>
- 322 <http://jogger.pl/>
- 323 <http://nlog.org/>
- 324 <http://blog.pl/>
- 325 <http://newsweek.redakcja.pl/blogi/>
- 326 <http://oprzeczinek.blox.pl/html>
- 327 <http://adas.jogger.pl/>
- 328 [http://annazasada.com/b-blog\\_agregator.html](http://annazasada.com/b-blog_agregator.html)
- 329 <http://www.pcworld.pl/news/76231.html>
- 330 <http://matysoss.w.interia.pl/blogEK.htm>
- 331 <http://www.idg.pl/szukaj/szukaj.asp?qr=blogi>
- 332 <http://www.gazeta-it.pl/zw/blog.html>
- 333 [http://www.gazeta-it.pl/archiwum/git11/glob\\_blogow.html](http://www.gazeta-it.pl/archiwum/git11/glob_blogow.html)
- 334 [http://www.studentnews.pl/index.php?typ=arch&artid=521&cn=16\\_0](http://www.studentnews.pl/index.php?typ=arch&artid=521&cn=16_0)
- 335 <http://th-www.if.uj.edu.pl/acta/vol36/pdf/v36p3179.pdf>
- 336 <http://blogg.de/>
- 337 <http://www.bloghaus.net/karte/karte-deutschland.php?Land=SL>
- 338 <http://www.blogscout.de/>
- 339 <http://www.weblogverzeichnis.de/>
- 340 <http://www.rss-verzeichnis.de/index.php?cat=20&feed=www.netplanet.org/editorial/news.xml&parent=1&subtit=Weblogs>
- 341 <http://www.blogger.com/start>
- 342 <http://gigold.de/archiv/2005/05/05/und-noch-ein-bloghoster>
- 343 <http://www.technorati.com/>
- 344 <http://blogsearch.google.com/>
- 345 <http://blog.artikel-20.de/>
- 346 <http://www.bildblog.de/>
- 347 <http://www.medienrauschen.de/>
- 348 <http://www.politik-digital.de/metablocker2/>
- 349 <http://www.schockwellenreiter.de/>
- 350 <http://arrog.antville.org/>
- 351 <http://www.stern.de/blog/>
- 352 <http://www.wortfeld.de/>
- 353 <http://www.zeit.de/blogs/index/>
- 354 <http://blogstats.de/>
- 355 <http://lumma.de/>
- 356 <http://www.plasticthinking.org/wiki/WeblogLexikon>
- 357 <http://www.stefanbucher.net/weblogfaq/>

- 358 <http://bloggerforum.de/>
- 359 <http://weblog.com.pt/>
- 360 <http://blogs.sapo.pt/>
- 361 <http://www.fccn.pt/>
- 362 <http://seminarioinvestigacao.blogspot.com/>
- 363 <http://blog.lisbonlab.com/estudos/blogues-experiencia-portuguesa>
- 364 <http://abrupto.blogspot.com/>
- 365 <http://quadraturadocirculo.blogs.sapo.pt/>
- 366 <http://kulto.blogspot.com/>
- 367 <http://www.webjornalismo.blogspot.com/>
- 368 <http://www.drummingsince2003.blogspot.com/>
- 369 <http://www.catedral.weblog.com.pt/>
- 370 <http://blogs.parlamento.pt/indice/>
- 371 [http://www.bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.php?html2=canavilhas-joao-politica-e-weblogs.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=canavilhas-joao-politica-e-weblogs.html)
- 372 <http://bloconotas.blogspot.com/>
- 373 <http://www.aciou.pt/>
- 374 <http://blogs.sapo.pt/tops.html>
- 375 <http://weblog.com.pt/portal/blogometro/>
- 376 <http://www.asseptic.org/pages/blogossario/>
- 377 <http://blogo.no.sapo.pt/>
- 378 <http://ajuda.sapo.pt/comunicacao/blogs/>
- 379 <http://www.blog.it>
- 380 <http://www.blogosfere.it>
- 381 <http://www.comesifaunblog.it>
- 382 <http://www.bloggers.it>
- 383 <http://www.ilcannocchiale.it>
- 384 <http://www.excite.it/blog>
- 385 <http://www.iobloggo.com>
- 386 <http://www.spinder.com>
- 387 <http://www.dagospia.com>
- 388 <http://www.strelnik.it/blog/blogblob>
- 389 <http://www.tgblog.com>
- 390 <http://www.blogrodeo.org>
- 391 <http://www.lifehacker.com/software/top/special-lifehackers-guide-to-weblog-comments-126654.php>
- 392 <http://www.bookcafe.net/blog>
- 393 <http://www.carmillaonline.com>
- 394 <http://blog.debiase.com>
- 395 <http://www.beppegrillo.it>
- 396 <http://www.freeonline.org/gratis/s-17143/Quinto%20Stato>
- 397 <http://leibniz.blogs.it>
- 398 <http://www.macchianera.net>
- 399 <http://www.nazioneindiana.com>
- 400 <http://www.strelnik.it/blog>
- 401 <http://ilfoglio.it/wittgenstein>
- 402 <http://www.blognews.it>
- 403 <http://www.blogitalia.it>
- 404 <http://top100.qix.it/alexa>
- 405 <http://www.merzweb.com/testi/saggi/weblog.htm>
- 406 <http://lists.daimon.it/mailman/listinfo/blog-o-sfera>
- 407 <http://www.dizionarioinformatico.com/cgi-lib/diz.cgi?frame&name=blog>
- 408 [http://www.girodivite.it/article.php3?id\\_article=577](http://www.girodivite.it/article.php3?id_article=577)

## ANHANG B: LEXIKON

Folgende Lemmata stellen nur die wichtigsten in Bezug auf Weblogs dar. Weitere Erklärungen finden Sie im Online-Lexikon unter [mediensprache.net](http://www.mediensprache.net/mediensprache.net/de/lexikon/) ([http://www.mediensprache.net/de/lexikon/](http://www.mediensprache.net/mediensprache.net/de/lexikon/)).

**Blog**, das, seltener der → Weblog.

**Blogsoftware**, die (auch Blogengine, Blogmaschine) – ein spezielles Programm, welches die Erzeugung eines Weblogs ermöglicht. Bekannte Blogsoftware sind z.B. Movable Type, WordPress, bBlog usw. Zum Unterschied von Weblog-Hostern muss sich der Autor bei der Nutzung einer Blogsoftware selbst um den Webspaces kümmern.

**bloggen** – ein Weblog betreiben

**Blogger**, der – 1) die Person, die ein Weblog betreibt (= Blogautor); 2) ein bekannter Weblog-Hoster ([www.blogger.com](http://www.blogger.com))

**Blogging**, das – das Betreiben eines Weblogs resp. das Schreiben von Beiträgen in einem Weblog.

**Blogosphäre**, die – unscharfer Begriff für ein Netzwerk von Weblogs, das über den Linkaustausch in Form eines Web-Ringes und mithilfe spezieller Blog-Features wie Trackback oder Pingback entsteht.

**Blogportal**, das → Weblog-Hoster

**Blogroll**, die – eine Weblog-Liste, die 1. die am häufigsten aufgesuchten Weblogs eines Weblog-Inhabers anzeigt oder 2. automatisch generiert wird aus z.B.

den am häufigsten abgerufenen Weblogs eines Weblog-Hosters (implementiert).

**Comment**, der – ein Kommentar zum Beitrag od. zum Kommentar eines anderen Bloggers

**CSS**, Abk. f. Cascading Style Sheets. Ein neuerer Standard zur Beschreibung der Layouteigenschaften von HTML-Dokumenten. Die Layoutdefinitionen werden dabei in der Regel in eine separate .css-Datei (style sheet) ausgelagert und müssen nicht in jedem HTML-Dokument wiederholt werden.

**K-log**, das – Abk. f. knowledge blog. Ein Weblog, welches zum Besprechen der Themen verschiedener Wissensbereiche gewidmet ist.

**LiveJournal**, das – ein bekannter internationaler Weblog-Hoster.

**Moblog**, das - f. Mobile Blog, steht für die Erstellung eines Online-Tagebuchs (Weblog) mittels Handy, womit Fotos und Texte in Echtzeit eingestellt werden können.

**Permalink**, der - Bezeichnung für eine eindeutige Adresse (URL) eines Weblog-Eintrags. Diese Einmaligkeit wird in der Regel durch eine Zahl (oftmals aus Datum und/oder Datensatzidentitätswert wie [www.xblog.de/82374822](http://www.xblog.de/82374822)) hergestellt oder – ungünstiger – mittels Überschrift ([www.xblog.de/ueberschrift](http://www.xblog.de/ueberschrift)). Ohne Permalinks wäre eine Vernetzung von Weblogs (Blogospäre) nicht möglich.

**Pingback**, der - verfolgt dieselben Ziele wie Trackback, funktioniert im Gegensatz hierzu allerdings vollautomatisch. Voraussetzung für die gegenseitige Verlinkung der Weblog-Beiträge ist die Pingback-Unterstützung auf den beteiligten Servern.

**posten** – einen Beitrag im Weblog veröffentlichen.

**Posting**, das – Prozess oder Resultat der Veröffentlichung eines Beitrags; vgl. posten.

**RSS**, unklare Abk. f. Rich Site Syndication, Rich Syndication Standard und andere Vollformen. RSS oder RSS-Feed ermöglicht die Übertragung (und damit Einbindung) von z.B. zentralen Weblog-Beitragsdaten wie Überschrift, Appetizer, Datum der Generierung, URL etc. Es basiert auf XML und wird daher auch für RDF Site Summary abgekürzt. Eine Weiterentwicklung ist Atom bzw. Atom-Feed. Diese Feeds lassen sich auf Webseiten einbinden oder mittels eines speziellen Feed-Readers abrufen.

**RSS-Reader**, der - Anzeigeprogramm für RSS-Feeds, also von zentralen Daten z.B. eines Weblogs wie die Überschriften, Appetizer und Links der letzten aktuellen Einträge. Ein RSS-Reader ist z.B. in Opera integriert, aber auch als einzelnes Programm zu haben.

**Template**, die - engl. f. Vorlage. Im Internet stellen Templates HTML-Seiten dar, die mit Platzhaltern/Feldern für (Datenbank-)Inhalte versehen sind. Diese Platzhalter werden dann beim Aufrufen oder Publizieren einer Webseite durch Inhalte aus den spezifischen Datenbankfeldern ersetzt. Templates enthalten insofern keine Inhalte, sondern nur das Gerüst, in das die Inhalte eingesetzt werden. Templates kennt man auch außerhalb des Internets: Dokumentenvorlagen für z.B. Word oder Power-Point werden ebenfalls Templates genannt, die lediglich Platzhaltertext enthalten, der vom Nutzer beim Erstellung ersetzt wird.

**Trackback**, der - dient der Vernetzung von Weblog-Beiträgen. Wenn in einem Beitrag auf einen anderen mittels Link (Permalink) referiert wird, kann dieser im Ursprungsbeitrag angegeben werden. Sinn ist die Einbindung von externen Inhalten, die auf den Ursprungsbeitrag bezogen sind, d.h. der dort diskutiert, kritisiert, weiterentwickelt o.Ä. wird. Während Kommentare auf der Beitragsseite abgegeben werden, können externe Beiträge mittels Link

eingebunden werden. Verbessert im Sinne der Automation wurde Trackback mit Pingback.

**Vlog**, das - aus Video und Blog, bezeichnet das regelmäßige Veröffentlichen von (i.d.R. persönlichen) Videos. Beinhalten können diese Videos semiprofessionelle Kochshows, kleine Dokumentationen oder ähnliches, oftmals jedoch Dinge aus dem alltäglichen Leben.

**Warblog**, das - Weblog von meistens Journalisten, die aus dem und über den Krieg berichten, so geschehen beispielsweise im 2. Golfkrieg.

**Weblog**, das - Wortkreuzung aus ‚web‘ und ‚log(book)‘; 1. Nachrichtenbörse. Das Internet wird ‚gefiltert‘ und die (subjektive) Selektion wird der Weblog Community online mitgeteilt. Weblogs sind deshalb das schnellste Medium für die Verbreitung von Nachrichten im Internet und wurden auch von den ‚embedded reporters‘ im 2. Golfkrieg betrieben (Warblogs). 2. Persönliches Online-Tagebuch, möglich in verschiedenen Varianten: z.B. mit Videos (Vlog), mittels Handy (Moblog) etc.

**Weblog-Hoster**, der - Server-Betreiber, der die Einrichtung und den Betrieb eines Weblogs kostenfrei oder gegen Gebühr ermöglicht und damit ein CMS und Webspace unter einer Subdomain, Domain oder einem Verzeichnis zur Verfügung stellt.

# ALLE NETWORK-ARBEITEN IM ÜBERBLICK

## → **Networkx Einführung**

Jens Runkehl, Peter Schlobinski & Torsten Siever  
**Sprache und Kommunikation im Internet** (Hannover, 1998)  
websprache • medienanalyse

## → **Networkx Nr. 1**

Lena Falkenhagen & Svenja Landje  
**Newsgroups im Internet** (Hannover: 1998)  
websprache

## → **Networkx Nr. 2**

Gisela Hinrichs  
**Gesprächsanalyse Chatten** (Hannover, 1997)  
websprache • medienanalyse

## → **Networkx Nr. 3**

Julian Hohmann  
**Web-Radios** (Hannover, 1998)  
websprache

## → **Networkx Nr. 4**

Silke Santer  
**Literatur im Internet** (Hannover, 1998)  
websprache

## → **Networkx Nr. 5**

Peter Schlobinski  
**Pseudonyme und Nicknames** (Hannover, 1998)  
websprache • medienanalyse

## → **Networkx Nr. 6**

Jannis K. Androutsopoulos  
**Der Name @** (Heidelberg, 1999)  
websprache

## → **Networkx Nr. 7**

Laszlo Farkas & Kitty Molnár  
**Gäste und ihre sprachlichen Spuren im Internet** (Hannover, 1999)  
websprache

## → **Networkx Nr. 8**

Peter Schlobinski & Michael Tewes  
**Graphentheoretisch fundierte Analyse von Hypertexten** (Hannover, 1999)  
websprache • medienanalyse

## → **Networkx Nr. 9**

Barbara Tomczak & Cláudia Paulino  
**E-Zines** (Hannover, 1999)  
websprache

## → **Networkx Nr. 10**

Katja Eggers et al.  
**Wissenstransfer im Internet – drei Beispiele für neue wissenschaftliche Arbeitsmethoden** (Hannover, 1999)  
websprache • medienanalyse

## → **Networkx Nr. 11**

Harald Buck  
**Kommunikation in elektronischen Diskussionsgruppen** (Saarbrücken, 1999)  
websprache

## → **Networkx Nr. 12**

Uwe Kalinowsky  
**Emotionstransport in textuellen Chats** (Braunschweig, 1999)  
websprache

## → **Networkx Nr. 13**

Christian Bachmann  
**Hyperfictions – Literatur der Zukunft?** (Zürich, 1997)  
websprache

## → **Networkx Nr. 14**

Peter Schlobinski  
**Anglizismen im Internet** (Hannover, 2000)  
websprache • medienanalyse

## → **Networkx Nr. 15**

Marijana Soldo  
**Kommunikationstheorie und Internet** (Hannover, 2000)  
websprache • medienanalyse

## → **Networkx Nr. 16**

Agnieszka Skrzypek  
**Werbung im Internet** (Hannover, 2000)  
websprache • werbesprache

## → **Networkx Nr. 17**

Markus Kluba  
**Der Mensch im Netz. Auswirkungen und Stellenwert computervermittelter Kommunikation** (Hannover, 2000)  
websprache

## → **Networkx Nr. 18**

Heinz Rosenau  
**Die Interaktionswirklichkeit des IRC** (Potsdam, 2001)  
websprache



## ALLE NETWORKX-ARBEITEN IM ÜBERBLICK

### → Networkx Nr. 19

Tim Schönefeld  
Bedeutungskonstitution im  
Hypertext (Hamburg, 2001)  
websprache • medienanalyse

### → Networkx Nr. 20

Matthias Thome  
Semiotische Aspekte computer-  
gebundener Kommunikation  
(Saarbrücken, 2001)  
websprache • medienanalyse

### → Networkx Nr. 21

Sabine Polotzek  
Kommunikationssysteme  
Telefonat & Chat: Eine  
vergleichende Untersuchung  
(Dortmund, 2001)  
websprache

### → Networkx Nr. 22

Peter Schlobinski et al.  
Simsen. Eine Pilotstudie zu  
sprachlichen und kommuni-  
kativen Aspekten in der SMS-  
Kommunikation  
(Hannover, 2001)  
websprache • handysprache

### → Networkx Nr. 23

Andreas Herde  
www.du-bist.net. nternet-  
adressen im werblichen Wandel  
(Düsseldorf, 2001)  
websprache • werbesprache

### → Networkx Nr. 24

Brigitte Aschwanden  
»Wär wot chätä?« Zum Sprach-  
verhalten deutschschweizeri-  
scher Chatter  
(Zürich, 2001)  
websprache • medienanalyse

### → Networkx Nr. 25

Michaela Storp  
Chatbots. Möglichkeiten und  
Grenzen der maschinellen  
Verarbeitung natürlicher  
Sprache  
(Hannover, 2002)  
websprache • werbesprache  
• medienanalyse

### → Networkx Nr. 26

Markus Kluba  
Massenmedien und Internet  
– eine systemtheoretische  
Perspektive  
(Hannover, 2002)  
websprache • medienanalyse

### → Networkx Nr. 27

Melanie Krause & Diana  
Schwitters  
SMS-Kommunikation  
– Inhaltsanalyse eines kommuni-  
kativen Phänomens  
(Hannover, 2002)  
handysprache

### → Networkx Nr. 28

Christa Dürscheid  
SMS-Schreiben als Gegenstand  
der Sprachreflexion  
(Zürich, 2002)  
handysprache

### → Networkx Nr. 29

Jennifer Bader  
Schriftlichkeit & Mündlichkeit  
in der Chat-Kommunikation  
(Zürich, 2002)  
websprache • medienanalyse

### → Networkx Nr. 30

Olaf Krause  
Fehleranalyse für das  
Hannoversche Tageblatt  
(Hannover, 2003)  
medienanalyse

### → Networkx Nr. 31

Peter Schlobinski &  
Manabu Watanabe  
SMS-Kommunikation  
– Deutsch/Japanisch kontrastiv.  
(Hannover/Tokyo, 2003)  
handysprache

### → Networkx Nr. 32

Matthias Wabner  
Kreativer Umgang mit  
Sprache in der Werbung. Eine  
Analyse der Anzeigen- und  
Plakatwerbung von McDonald's  
(Regensburg, 2003)  
werbesprache

### → Networkx Nr. 33

Steffen Ritter  
Kohärenz in moderner, inter-  
aktiver und handlungsbasierter  
Unterhaltung. Die Textwelten  
von Adventures  
(Mannheim, 2003)  
werbesprache

### → Networkx Nr. 34

Peter Schlobinski  
Sprache und Denken ex  
machina?  
(Hannover, 2003)  
werbesprache

### → Networkx Nr. 35

André Kramer  
Rechtschreibkorrektursysteme  
im Vergleich. DITECT versus  
Microsoft Word  
(Hannover, 2003)  
werbesprache • medienanalyse

### → Networkx Nr. 36

Samuel Spycher  
»I schribdr de no...«  
(Sulthurn/Schweiz 2004)  
handysprache

### → Networkx Nr. 37

Sabine Leitner  
»Die Partei als Marke«?  
Eine Untersuchung der Wahl-  
werbung mit einem Vergleich zur  
Wirtschaftswerbung  
(Regensburg 2004)  
werbesprache • medienanalyse

### → Networkx Nr. 38

Tanja Stöger  
Die Heilige Schrift in der Wer-  
bung. Religiöse Elemente in der  
Werbesprache  
(Regensburg 2004)  
werbesprache • medienana-  
lyse

### → Networkx Nr. 39

Beat Schmückle & Tobias Chi  
Spam - Linguistische Untersu-  
chung einer neuen Werbeform  
(Zürich 2004)  
websprache • medienanalyse

## ALLE NETWORX-ARBEITEN IM ÜBERBLICK

---

### → Networx Nr. 40

Jucker, Andreas H.  
**Gutenberg und das Internet. Der Einfluss von Informationsmedien auf Sprache und Sprachwissenschaft**  
(Zürich 2004)  
websprache • onlinepublishing

### → Networx Nr. 41

Androutsopoulos, Jannis et al.  
**Sprachwahl im Werbeslogan. Zeitliche Entwicklung und branchenspezifische Verteilung englischer Slogans in der Datenbank von slogans.de**  
(Hannover 2004)  
werbesprache

### → Networx Nr. 42

Schlobinski, Simone  
**Smarte Kommunikation im Internet– Analyse und Beurteilung ausgewählter Marken der Automobilindustrie**  
(Osnabrück 2004)  
werbesprache

### → Networx Nr. 43

Siebenhaar, Beat  
**Varietätenwahl und Code Switching in Deutschschweizer Chatkanälen**  
(Zürich 2005)  
websprache

### → Networx Nr. 44

Andrea Nowotny  
**Daumenbotschaften. Die Bedeutung von Handy und SMS für Jugendliche**  
(Bonn 2005)  
handysprache

### → Networx Nr. 45

Olaf Grabienski  
**Internetauftritte literarischer Buchverlage. Form und Funktion ihrer medialen Gestaltung**  
(Hamburg 2005)  
onlinepublishing

### → Networx Nr. 46

Peter Schlobinski & Torsten Siever (Hrsg.)  
**Sprachliche und textuelle Merkmale in Weblogs. Ein internationales Projekt**  
(Hannover 2005)  
websprache