

Transkulturell und -national integrierte Netzwerköffentlichkeit in der
Wirtschafts- und Finanzblogosphäre?
Eine Inhalts- und Netzwerkanalyse des deutsch-, englisch- und spa-
nischsprachigen Diskurses zur weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise.

Inaugural-Dissertation
zur Erlangung des Doktorgrades der Sozialwissenschaftlichen Fakultät
der Ludwig-Maximilians-Universität München

vorgelegt von

Julia Conrad, M.A.

München, 2024

Für die Publikation überarbeitete Fassung

Erstgutachter: Prof. Dr. Christoph Neuberger

Zweitgutachter: Prof. Dr. Carsten Reinemann

Tag der mündlichen Prüfung: 09.08.2018

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	1
Abkürzungsverzeichnis	5
Abbildungsverzeichnis	7
Tabellenverzeichnis	8
1 Einleitung	10
2 Transnationale Öffentlichkeit	18
2.1 Transnationale Öffentlichkeit als Netzwerk	24
2.2 Transnationale Öffentlichkeit und Transnationalisierung von nationalen Öffentlichkeiten	29
2.3 Komparative und allgemeine Forschung zu transnationaler Öffentlichkeit	37
2.4 Die vier Dimensionen der Integration transnationaler Öffentlichkeit	39
2.4.1 Beobachtung des Regierens	44
2.4.2 Diskursive Integration bzw. Vernetzung der Diskurse	51
3 Netzwerköffentlichkeit im Internet: Medienwandel	57
3.1 Netzwerköffentlichkeit im Internet: Definition	63
3.2 Netzwerköffentlichkeit im Internet: Integrations- und Vermittlungsleistungen	67
3.2.1 Professionelle Vermittlung	70
3.2.2 Partizipative Vermittlung	72
3.2.3 Technische Vermittlung	74
3.3 Die Rolle von Blogs in der Netzwerköffentlichkeit im Internet	75

4 Transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet	80
4.1 Transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet: Technisches	
Potenzial und soziale Realisierung	85
4.1.1 Entgrenzungen der Infrastruktur im Internet	91
4.1.2 Entgrenzungen der Akteure im Internet	96
4.1.3 Entgrenzungen der Medieninhalte im Internet	103
4.2 Transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet: Integration vs.	
Fragmentierung	108
4.3 Transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet: Integrations- und	
Vermittlungsleistungen	116
4.3.1 Beobachtung des Regierens im Internet	123
4.3.2 Diskursive Integration bzw. Vernetzung der Diskurse im	
Internet	128
4.4 Transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet: Ein Modell	131
4.5 Transnationale Netzwerköffentlichkeit in der Blogosphäre	134
5 Beispieldiskurs: Die globale Wirtschafts- und Finanzkrise (GWFK) als	
Anlass für transnationale Öffentlichkeit in der Wirtschafts- und	
Finanzblogosphäre	147
5.1 Die globale Wirtschafts- und Finanzkrise (GWFK): Ein	
Sammelbegriff	150
5.2 Integration oder Fragmentierung im Rahmen der globalen Wirtschafts-	
und Finanzkrise (GWFK)	155
5.3 Die Medienberichterstattung zur globalen Wirtschafts- und	
Finanzkrise (GWFK)	157
5.3.1 Die traditionelle Medienberichterstattung zur GWFK	162
5.3.2 Die Medienberichterstattung zur GWFK in der	
Netzwerköffentlichkeit im Internet	173
5.3.3 Wirtschafts- und Finanzblogs und die Berichterstattung zur	
GWFK	183
6 Forschungsfragen und Hypothesen	200
7 Forschungsdesign	211
7.1 Die Stichprobe	213
7.1.1 Auswahl des Untersuchungszeitraums	214
7.1.2 Auswahl der zu analysierenden medialen Infrastruktur	217
	2

7.1.3 Auswahl der zu analysierenden nationalen und kulturellen Öffentlichkeiten	220
7.1.4 Stichprobenziehung: Auswahl der Angebote und medialen Inhalte	228
7.2 Die Methodik	245
7.2.1 Methodenkombination: Relationale Inhaltsanalyse und Netzwerkanalyse	250
7.2.2 Entwicklung des Erhebungsinstruments	261
7.2.3 Durchführung der Erhebung	276
8 Empirische Befunde	289
8.1 Deutsch-, englisch- und spanischsprachige Wirtschafts- und Finanzblogs: Deskriptive Befunde	290
8.1.1 Analyseeinheit: Blog	290
8.1.2 Analyseeinheit: Posting	295
8.1.3 Analyseeinheit: Sprecher	303
8.1.4 Analyseeinheit: Linkziel	305
8.2 Vergleich der Verwendung von Vernetzungsindikatoren	310
8.2.1 Beobachtung des Regierens	312
8.2.2 Diskursive Integration bzw. Vernetzung	336
8.3 Vergleich nationaler bzw. kultureller Vernetzung	358
8.3.1 Vergleich der Vernetzung innerhalb einzelner Nationen	360
8.3.1.1 Nationale Vernetzung: Sprecher-Netzwerke	361
8.3.1.2 Nationale Vernetzung: Link-Netzwerke	374
8.3.2 Vergleich der Vernetzung innerhalb einzelner Sprachräume	381
8.3.2.1 Kulturelle Vernetzung: Sprecher-Netzwerke	382
8.3.2.2 Kulturelle Vernetzung: Link-Netzwerke	388
8.3.3 Zusammenfassung: Vergleich nationaler bzw. kultureller Vernetzung	394
8.4 Transnationale bzw. Transkulturelle Vernetzung	402
8.4.1 Gesamtnetzwerk: Sprecher	405
8.4.1.2 Sprecher-Netzwerk: Cutpoints	414
8.4.2 Gesamtnetzwerk: Verlinkungen	421
8.4.2.1 Link-Netzwerk: Zentralste Internetangebote	425
8.4.2.2. Link-Netzwerk: Cutpoints	434
8.4.3 Zusammenfassung: Transnationale bzw. transkulturelle Vernetzung	444

9 Fazit	456
9.1 Diskussion	475
9.2 Ausblick	478
Anhang	480
Literatur	545

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
AIG	American International Group
ANOVA	Varianzanalyse
Avg	Average/Mittelwert der Permutationstests
BIP	Bruttoinlandsprodukt
bzgl./Bzgl.	bezüglich/Bezüglich
bzw.	beziehungsweise
CCI	Cosmopolitan Communications Index
CDO	Collateralized Debt Obligation
CDS	Credit Default Swaps
d. h.	das heißt
ebd.	ebenda
et al.	et alii/und andere
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
EFSF	European Financial Stability Facility/ Europäische Finanzstabilisierungsfazilität
ESM	European Stability Mechanism/Europäischer Stabilitätsmechanismus
EWU	Europäischen Währungsunion
EZB	Europäische Zentralbank
Fed	Federal Reserve Bank
FHFA	Federal Housing Finance Agency
FSB	Financial Stability Board
gg.	gegen
ggf.	gegebenenfalls
GIIPS	Europäische Krisenländer (Griechenland, Irland, Italien, Portugal, Spanien), siehe auch PIIGS, GIPSI
GIPSI	Europäische Krisenländer (Griechenland, Irland, Portugal, Spanien, Italien), siehe auch GIIPS, PIIGS
GWFK	globale Wirtschafts- und Finanzkrise
GPR	Google Page Rank
G20	Group of Twenty/Gruppe der zwanzig wichtigsten Industrie- und Schwellenländer
Herv. i. Org.	Hervorhebung im Original

Hg.	Herausgeber
HRE	Hypo Real Estate
Inkl./inkl.	Inklusive/inklusive
Internetabl.	Internetableger
IWF	Internationaler Währungsfonds
KI	Künstliche Intelligenz
KS	Kolmogorov-Smirnov-Test/-Wert
Max	Maximum der Permutationstests
MBS	Mortgage-backed Securities
Min	Minimum der Permutationstests
mind.	mindestens
MW	Mittelwert
NGO	Nichtregierungsorganisation
n. s.	nicht signifikant
Obs/Ob	Observed values/Beobachtungswert
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development/Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
PIIGS	Europäische Krisenländer (Portugal, Irland, Italien, Griechenland, Spanien), siehe auch GIIPS, GIPSI
S.	Seite/Seiten
SD	Standardabweichung
SNA	Soziale Netzwerkanalyse
Tab.	Tabelle
TLD	Top-Level-Domain
u. a.	unter anderem
UGC	User-generated-content
UNO	United Nations/Vereinte Nationen
URL	Uniform Resource Locator
USA	United States of America/Vereinigte Staaten von Amerika
US	United States (siehe USA)
vgl./Vgl.	vergleiche/Vergleiche
vs.	versus
WTO	World Trade Organisation/Welthandelsorganisation
WWW	World Wide Web
z. B.	zum Beispiel
z. T.	zum Teil

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Kausalitätsbeziehungen von Netzwerkstudien	257
Abb. 2: Verschiedene Ebenene der Akteure und Verbindungsarten zwischen ihnen.....	275
Abb. 3: Verteilung des Materials auf die einzelnen Codiererinnen.....	287
Abb. 4: Das Gesamtnetzwerk (Hauptkomponente) der zitierten Sprecher nach Sprachraumzugehörigkeit.....	407
Abb. 5: Das Gesamtnetzwerk (Hauptkomponente) der zitierten Sprecher nach nationaler Zugehörigkeit	408
Abb. 6: Netzwerke der zentralsten Akteure (Links=Nationalität, rechts=Sprachraumzugehörigkeit).....	411
Abb. 7: Netzwerke der Cutpoint Akteure (links=Nationalität, rechts=Sprachraumzugehörigkeit).....	418
Abb. 8: Das Gesamtnetzwerk (Hauptkomponente) der verlinkten Websites nach Sprachraumzugehörigkeit.....	423
Abb. 9: Das Gesamtnetzwerk (Hauptkomponente) der verlinkten Websites nach nationaler Zugehörigkeit	424
Abb. 10: Netzwerke der zentralsten Internetangebote (links=Nationalität, rechts=Sprachraumzugehörigkeit).....	427
Abb. 11: Netzwerke der Cutpoint Internetangebote (links=Nationalität, rechts=Sprachraumzugehörigkeit).....	437

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Überblick über die Forschungsfragen und Hypothesen.....	206
Tab. 2: Übersicht über die Stichprobenziehung (Anzahl analysierter Blogs)	239
Tab. 3: Anzahl analysierter Postings nach Sprachraum.....	244
Tab. 4: Ergebnisse der verschiedenen Reliabilitätstests (aggregiert nach Variablengruppen).....	280
Tab. 5: Überblick über die Vernetzungsdimensionen und -indikatoren transnationaler Öffentlichkeit	311
Tab. 6: Einflussfaktoren auf die Anzahl der codierten Bezugnahmen auf Institutionen/Organisationen der unterschiedlichen Politikebenen je Blog (n=208).....	316
Tab. 7: Einflussfaktoren auf die durchschnittliche Anzahl der zitierten politischen Sprecher der unterschiedlichen Politikebenen je Blog (n=208)	323
Tab. 8: Einflussfaktoren auf die Anzahl der verlinkten politischen Websites der unterschiedlichen Politikebenen je Blog (n=208).....	329
Tab. 9: Überblick über die Einflussfaktoren auf die Indikatoren der Dimension Beobachtung des Regierens.....	331
Tab. 10: Einflussfaktoren auf die Anzahl der geografischen Bezugnahmen je Blog (n=192).....	340
Tab. 11: Einflussfaktoren auf die Anzahl der Nationalität (horizontal) der zitierten Sprecher je Blog (n=170).....	345
Tab. 12: Einflussfaktoren auf die Anzahl der Nationalität der verlinkten Websites je Blog (n=197)	350
Tab. 13: Überblick über die Einflussfaktoren auf die Indikatoren der Dimension Diskursive Integration bzw. Vernetzung	352
Tab. 14: Die Sprecher-Netzwerke der verschiedenen Nationen ² im Vergleich.....	365
Tab. 15: E-I-Indizes der Sprecher-Netzwerke der verschiedenen Nationen ¹ im Vergleich	370
Tab. 16: Die Link-Netzwerke der verschiedenen Nationen ² im Vergleich	375
Tab. 17: E-I-Indizes der Link-Netzwerke der verschiedenen Nationen ¹ im Vergleich.....	378
Tab. 18: Die Sprecher-Netzwerke der verschiedenen Sprachräume im Vergleich.....	384
Tab. 19: E-I-Indizes der Sprecher-Netzwerke der verschiedenen	

Sprachräume im Vergleich	386
Tab. 20: Die Link-Netzwerke der verschiedenen Sprachräume im Vergleich	389
Tab. 21: E-I-Indizes der Link-Netzwerke der verschiedenen Sprachräume im Vergleich	391
Tab. 22: Einflussfaktoren auf die Zugehörigkeit der Akteure zu den zentralsten Netzwerkknoten (90%-Perzentil, n=126)	413
Tab. 23: Einflussfaktoren auf die Cutpoint-Position der Sprecher (n=121)	420
Tab. 24: Einflussfaktoren auf die Zugehörigkeit der Websites zu den zentralsten Netzwerkknoten (80%-Perzentil, n=1843 bzw. 1833)	431
Tab. 25: Einflussfaktoren auf die Cutpoint-Position der Websites (n=118 ³ bzw. 113 ³)	440

1 Einleitung

“Any recent discussion of globalization – economic or otherwise – is likely to make mention of the internet. [...] That the internet leads inexorably toward globalization is often a foregone conclusion.”
(Halavais 2000: 7)

Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Schnittstelle zweier gesellschaftlicher Wandlungsprozesse und ihrer Auswirkungen auf Öffentlichkeit, der Globalisierung und der Digitalisierung. Von Beginn an bezogen sich die mit dem Internet verbundenen Hoffnungen auf eine erweiterte öffentliche Beteiligung der Bürger und gesellschaftlich marginalisierter Akteure auch auf die globale Dimension des Internets (Emmer/Wolling 2010: 36-37; Habermas 2008: 161-162; Hafez 2005: 152-153;). Schon die Bezeichnung „World Wide Web (WWW)“ für den dominanten Nutzungsdienst des Internets, der meist sogar mit diesem gleichgesetzt wird, verweist auf die globalen Ambitionen dieser medialen Plattform.

Doch die tatsächliche Ausdehnung des Internets und seiner Nutzung ist nicht nur abhängig von den technischen Möglichkeiten, sondern vor allem von deren sozialer Realisierung. Genau wie in Bezug auf andere Aspekte des Internets, stehen sich auch im Rahmen der Diskussion zu seiner globalen Ausdehnung Utopisten¹ und Dystopisten gegenüber. Wie aber bereits die anfangs zitierte Aussage von Halavais (2000) andeutet, wird die Diskussion auch achtzehn Jahre nach seiner Pionierstudie zu globalen Verlinkungsstrukturen noch überwiegend theoretisch oder spekulativ geführt. Ausführliche empirische Analysen grenzüberschreitender und globaler Strukturen von Öffentlichkeit im Internet sind nach wie vor eine Seltenheit in den Sozialwissenschaften und insbesondere in den Kommunikationswissenschaften, und dass obwohl die Digitalisierung mittlerweile wesentlich weiter vorangeschritten ist als noch zu Beginn des 21. Jahrtausends und obwohl vielfach auf die große Bedeutung dieser Forschungsrichtung hingewiesen wird (Mau 2010: 38).

In einer Zeit, in der Krisen und gesellschaftliche Probleme zunehmend über kulturelle und nationale Grenzen hinausreichen und gerade von heranwachsenden Generationen zunehmend im und über das Internet wahrgenommen und besprochen werden, ist es aber umso bedeutender den Bereich

¹ In dieser Arbeit wird aus Gründen der Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet. In der Regel sind damit beide Geschlechter gemeint.

transnationalen, digitalen Öffentlichkeit zu verstehen. Diesem Forschungsdesiderat widmet sich die folgende Arbeit, die im Frühjahr 2018 als Dissertationsschrift an der Ludwig-Maximilians-Universität München eingereicht wurde. Für die Publikation wurde insbesondere der theoretische Teil (Kapitel 2-5) vollständig überarbeitet und gekürzt.

In kommunikationswissenschaftlicher Tradition liegt der Fokus der Studie dabei auf dem Teil des Internets, der als öffentliche Kommunikation bezeichnet werden kann. Die gesellschaftlichen Wandlungsprozesse wirken sich über die Mediensystemebene auf Medieninhalte aus (Bonfadelli et al. 2010: 647). In dieser Arbeit, soll also untersucht werden, *ob und inwiefern sich die Öffentlichkeit im Internet transnationalisiert. Führt das Internet tatsächlich zu einer globalen Öffentlichkeit?* Formiert und äußert sich dort eine globale Zivilgesellschaft oder handelt es sich dabei lediglich um einen weiteren überzogenen Internetmythos (Hafez 2005: 152-153)?

Im Internet bieten sich spezielle Potenziale und Risiken für transnationale Öffentlichkeit. Die vernetzte Infrastruktur schafft zunächst ideale Bedingungen für Menschen weltweit, sich in öffentliche Diskurse einzuschalten, aber nicht alle Teile der Welt sind gleichermaßen an diese Infrastruktur angeschlossen. In Bezug auf die Akteure ermöglicht es die Beteiligung von gesellschaftlich und geografisch marginalisierten Personen und Gruppen (Eilders 2013: 344), aber aufgrund der fehlenden Orientierungshilfen, Gatekeepingmechanismen und Ressourcenabhängigkeit besteht auch die Gefahr einer noch stärkeren Konzentration auf wenige mächtige Akteure.

Auch auf der Ebene der Medieninhalte bieten sich erweiterte Möglichkeiten kulturen- und länderübergreifende Inhalte zu publizieren. Insbesondere die Möglichkeit, Inhalte aus anderen Ländern und Sprachräumen und Nationen zu verlinken, vereinfacht die gegenseitige Wahrnehmung. Übersetzungstools helfen dabei anderssprachige Informationen zu verstehen. Aber auch im Internet begrenzen Sprachkompetenzen, interkulturelle Erfahrungen einzelner Akteure und nationale Medienstrukturen die öffentliche Kommunikation. Hinter den verschiedenen transkulturellen und -nationalen Potenzialen und Risiken steckt folglich immer *die Frage, inwiefern die Internetöffentlichkeit transkulturell oder -national integriert oder fragmentiert ist.* Um von einer transnationalen Öffentlichkeit sprechen zu können muss eine gewisse Integration in der räumlichen Dimension von Öffentlichkeit gegeben sein.

Da Öffentlichkeit allgemein und insbesondere transnationale Öffentlichkeit in der sozialwissenschaftlichen Forschung vielfach als Netzwerk beschrieben wird, beziehen sich die Vorstellungen von Integration und Fragmentierung also jeweils auf Netzwerkstrukturen (Imbusch/Rucht 2005: 14;

Mau 2010: 49). Aufgrund der netzwerkartigen Infrastruktur des Internets werden die Vernetzungsstrukturen von Öffentlichkeit dort besonders offensichtlich. Demnach soll im Zentrum dieser Arbeit die Messung und Erklärung des Vernetzungsgrades der transnationalen bzw. transkulturellen Netzwerköffentlichkeit im Internet stehen. Hinter dieser relationalen Beschreibung und Erklärung transnationaler Öffentlichkeit steckt die Annahme, dass soziale Phänomene nicht nur durch individuelle Eigenschaften von Akteuren beschrieben und erklärt werden können, sondern eben auch durch die Ausprägung sozialer Beziehungen und Interaktionen (Hogan 2008: 141; 143).

Konkret wird die folgende übergeordnete Fragestellung verfolgt: *Wie transkulturell und -national integriert ist die Netzwerköffentlichkeit im Internet und wie kann diese Struktur erklärt werden?* Es geht also darum, *Strukturen transnationaler Netzwerköffentlichkeit im Internet zu identifizieren und, sofern überhaupt vorhanden, zu beschreiben und zu erklären.* Zu diesem Zweck werden die Vernetzungsstrukturen mithilfe der Kombination von Inhaltsanalyse und sozialer Netzwerkanalyse gemessen und Internetinhalte aus verschiedenen Ländern der deutschen, englischen und spanischen Sprachräume herangezogen. Die Messung, Beurteilung und Erklärung transnationaler öffentlicher Strukturen ist aus verschiedenen Gründen relevant. Auf diese Weise kann die Ausschöpfung der Potenziale des Internets beurteilt werden. Durch die fortschreitende Globalisierung nehmen viele gesellschaftliche Probleme globale Ausmaße an und erfordern global koordinierte Lösungen. Hinken bereits die politischen Institutionen dieser Ausdehnung hinterher, ist es umso wichtiger, einschätzen zu können, inwiefern derartige transnationale Diskussionen und Entscheidungsfindungsprozesse durch die Öffentlichkeit im Internet begleitet und notfalls auch kontrolliert werden (De Wilde/Michailidou/Trenz 2013: 201-202). Eventuell kann das Internet diesbezüglich Schwächen der traditionellen Massenmedien auffangen. Indem auf etwaige Defizite hingewiesen wird, soll darüber hinaus *ein Beitrag zur Verbesserung der transnationalen Potenziale des Internets* geleistet werden. Verschiedene Forscher haben bereits auf die Notwendigkeit der Analyse von Strukturen transnationaler Öffentlichkeit im Internet hingewiesen (z. B. Wellman 2003: 152; van Os/Jankowski 2007a; Hepp 2009: 44).

Weil eine Überprüfung des gesamten Internets auf transnationale Strukturen von Öffentlichkeit aufgrund der Größe und Unüberschaubarkeit der Plattform unmöglich ist, muss analog zu vergleichbaren Studien im Kontext traditioneller Massenmedien auf *einen Diskursanker* zurückgegriffen werden. Als solcher bietet sich *die globale Wirtschafts- und Finanzkrise*

(GWFK) an, die Ender der Nullerjahre in den USA ausgebrochen ist und bis weit in die Zehnerjahre hineinwirkt. Die GWFK eignet sich aus verschiedenen Gründen. Sie nahm ein globales Ausmaß an, war von langer Dauer, bot ein großes Konfliktpotenzial und lag im Wirtschaftssystem begründet, das je nach Perspektive als Speerspitze oder Treiber der Globalisierung angesehen wird. In diesem Feld ist daher transkulturelle und -nationale Vernetzung auch in der Öffentlichkeit sehr wahrscheinlich.

Verschiedene Akteure waren im Kontext der Krise dazu gezwungen, hinsichtlich der Ursachen- und Maßnahmenfindung mit anderen Ländern zu kooperieren. Die durch die starken weltweiten wirtschaftlichen Verflechtungen verschärfte Krise ließ sich vielfach nur gemeinsam lösen. Neben Gelegenheiten für eine zunehmende transnationale Integration von Öffentlichkeit (Risse 2015a: 24), schaffte die GWFK auch einen Rahmen für transnationale Desintegration und Fragmentierung (Pfetsch/Heft 2015: 29). Vielfach verharren Akteure in ihren nationalen Perspektiven oder beschuldigen andere Länder als Verursacher der Krise, gerade wenn transnationale Solidarität erforderlich war. Deshalb eignet sich die GWFK besonders als Beispieldiskurs zur Messung transkultureller und -nationaler Integration oder Fragmentierung in der Internetöffentlichkeit.

Darüber hinaus beschränkt sich die vorliegende Arbeit auf *Wirtschafts- und Finanzblogs (WiFi-Blogs)*. Als ältestes Social-Media-Angebot haben sich Blogs fest im Internetkommunikationsmix etabliert. Im Gegensatz zu anderen Social-Media-Angeboten bieten sie aber die Möglichkeit zur Veröffentlichung längerer Beiträge. Dennoch ist das Spektrum der Wirtschafts- und Finanzblogger ausreichend vielfältig, um die gesamte Bandbreite der Wirtschaftsöffentlichkeit exemplarisch abzudecken. Auf den Bedarf komparativer und transnationaler Studien zum Blogformat wurde ebenfalls von verschiedenen Kommunikationswissenschaftlern hingewiesen (z. B. Moe 2010).

Diese Arbeit soll also *einen innovativen Beitrag zu verschiedenen Forschungsbereichen der Kommunikationswissenschaft* leisten. Zunächst einmal weitet sie den Fokus der transnationalen Öffentlichkeitsforschung in zweifacher Hinsicht aus. Zum einen geht die Analyse über das vielfach dominierende Forschungsinteresse auf eine europäische Öffentlichkeit hinaus, indem *auch außereuropäische* englisch-, spanisch- und deutschsprachige *Länder* potenziell in die Auswahl eingeschlossen werden. Zum anderen legt sie den Schwerpunkt auf die bislang in der transnationalen Öffentlichkeitsforschung stark unterbeleuchtete *Internetöffentlichkeit*. Zu diesem Zweck müssen zunächst einmal die jeweils sehr umfangreichen Forschungsstände

zu transnationaler Öffentlichkeit und Internetöffentlichkeit zusammengefasst und synthetisiert werden. Gerade im Bereich transnationaler Öffentlichkeit verbleiben zahlreiche Arbeiten bei der Zusammenfassung des Forschungsstands auf einem recht groben Niveau. Zusätzlich müssen diese großen und weit verzweigten Forschungsbereiche noch um die versprenkelten komparativen Studien und Arbeiten zu transnationaler Öffentlichkeit im Internet ergänzt werden. Gerade auch in der Zusammenführung dieser bislang häufig unverbunden nebeneinander existierenden Forschungsbereiche liegt ein Mehrwert dieser Arbeit.

Hinzu kommt *die konsequente Anwendung der Konzeption von Öffentlichkeit als einem Netzwerk*, über den Gebrauch als reiner Metapher hinaus. In Bezug auf die Forschung zur *Internetöffentlichkeit* möchte sie einen Beitrag leisten zu den spärlichen *komparativen Studien in diesem Bereich* (Wright/Averbeck 2012: 89). Außerdem soll die in den vergangenen Jahren eingeschlafene *Blogforschung wiederbelebt* werden, indem mit WiFi-Blogs eine recht wenig erforschte Untergattung dieses Formats in den Vordergrund gerückt wird. Im Bereich der Blogforschung ist der Mangel an komparativen Studien noch eklatanter als in anderen Bereichen der Internetforschung (Zuckerman 2008: 63-64). Diesen Mangel sollen die Ergebnisse der Arbeit ebenfalls etwas abmildern.

Außerdem sollen durch *die Gegenüberstellung verschiedener Formen der Grenzziehung im Internet* Erkenntnisse über ihre Bedeutung und ihre gegenseitige Gewichtung gewonnen werden, da die Übertragbarkeit von nationalen Grenzen in das Internet oftmals angezweifelt wird. Darüber hinaus *trägt diese Arbeit auch zum Forschungsstand über die GWFK bei*, indem sie die Rolle des Internets im Rahmen dieses Diskurses untersucht.

Um die Struktur transnationaler Öffentlichkeit im Internet adäquat beschreiben zu können, betritt die Arbeit ebenfalls *methodisches Neuland*. *Mehrsprachige Inhaltsanalysen von Internetinhalten* sind in der Kommunikationswissenschaft unter anderem aufgrund ihres großen Aufwands eine Seltenheit und es existieren zahlreiche unterschiedliche Herangehensweisen parallel. Um die Vernetzungsstruktur zu erfassen, wird die komparative Inhaltsanalyse zusätzlich um *das Instrumentarium der Netzwerkanalyse* ergänzt. Verschiedene Netzwerkmaße, wie Dichte, Zentralitäts- und Homophiliemaße sowie die Bestimmung von prestigeträchtigen Knoten und Cut-points sollen im Hinblick auf ihren Beitrag zur transnationalen Öffentlichkeitsforschung hin überprüft werden.

Die Gliederung spiegelt die beiden Wandlungsprozesse von Öffentlichkeit sowie die verschiedenen für diese Studie relevanten Forschungsbereiche wider. In Hauptkapitel 2 wird der erste, für diese Arbeit relevante

Wandlungsprozess vorgestellt sowie die Grundlagen der transnationalen Öffentlichkeitsforschung unter Rückgriff auf ihre allgemeinen öffentlichkeitstheoretischen Wurzeln aufgearbeitet. Die theoretischen Modelle transnationaler Öffentlichkeit und der überwiegende Teil der empirischen Studien wurden im Kontext traditioneller Massenmedien entwickelt. Nach einer anfänglichen Beschreibung des Forschungsstands zu transnationaler Öffentlichkeit (Kapitel 2) wird im folgenden transnationale Öffentlichkeit als Netzwerk definiert (Kapitel 2.1). In Kapitel 2.2 werden die verschiedenen Entgrenzungsrichtungen und -strukturen transnationaler Öffentlichkeit beschrieben, um im folgenden Kapitel (2.3) den Forschungsstand mit besonderem Fokus auf Integrations- und Fragmentierungsprozesse im Rahmen transnationaler Öffentlichkeit aufzuarbeiten. Ein besonderes Augenmerk gilt dann den vier Dimensionen der Integration transnationaler Öffentlichkeit, wie sie von Wessler et al. (2008) entwickelt und bereits empirisch im Kontext traditioneller Massenmedien empirisch überprüft wurden (Kapitel 2.4). Der Schwerpunkt liegt dabei auf den beiden Vernetzungsdimensionen, die bei der Konzeption von transnationaler Internetöffentlichkeit als Netzwerk und somit auch in der vorliegenden Analyse eine zentrale Rolle spielen (Kapitel 2.4.1 und 2.4.2).

Das dritte Hauptkapitel beschreibt zunächst den zweiten relevanten Wandlungsprozess (Kapitel 3) und geht dann auf die spezifischen Eigenschaften von Öffentlichkeit im Internet ein (Kapitel 3.1). Während sich das zweite Hauptkapitel mit den Auswirkungen von Globalisierungsprozessen auf Öffentlichkeit befasst hat, widmet sich das dritte Hauptkapitel also den Effekten der Digitalisierung und speziell der Etablierung des Internets. Bei der Analyse des entsprechenden Forschungsstands liegt das Hauptaugenmerk wieder auf dem Gegensatz zwischen Integrations- und Fragmentierungsprozessen und den hierfür erbrachten, internetspezifischen Leistungen (Kapitel 3.2). Dabei werden die theoretischen Potenziale und ihre tatsächlichen sozialen Realisierungen getrennt nach professionellen (Kapitel 3.3.1), partizipativen (Kapitel 3.3.2) und technischen Vermittlern (Kapitel 3.3.3) dargestellt. Abschließend wird spezifisch auf das Format der Blogs und ihre Rolle im Rahmen der Netzwerköffentlichkeit im Internet eingegangen, das im analytischen Fokus dieser Arbeit steht, da Blogs einen speziellen Mikrokosmos von Internetöffentlichkeit bilden (Kapitel 3.4).

Im vierten Hauptkapitel werden die beiden Wandlungsprozesse von Öffentlichkeit schließlich zusammengeführt und entlang der zuvor eingeführten Strukturierungsdimensionen von Öffentlichkeit diskutiert. Zunächst werden verschiedene transnationale technische Potenziale einer Netzwerköffentlichkeit im Internet aus der Forschungsliteratur abgeleitet und deren

tatsächliche soziale Realisierung zusammengefasst (Kapitel 4.1). Der Forschungsstand wird dann anhand der Entgrenzungen der Infrastruktur (Kapitel 4.1.1), der Akteure (Kapitel 4.1.2) und der Medieninhalte (Kapitel 4.1.3) differenziert dargelegt. Die Kapitel 4.2 und 4.3 sind dann der Diskussion auf Basis des Forschungsstands einer Integration oder Fragmentierung transnationaler Öffentlichkeit im Internet bzw. den konkreten Leistungen, die jeweils zum einen oder anderen Phänomen beitragen gewidmet. Im Anschluss an die Integrationsleistungen werden dann die beiden, bereits zuvor beschriebenen Vernetzungsdimensionen transnationaler Öffentlichkeit auf den Internetkontext übertragen (Kapitel 4.3.1 und 4.3.2). Das Kapitel 4.4 kondensiert die aus dem theoretischen und empirischen Forschungsstand gewonnen Erkenntnisse in dem dieser Arbeit zugrunde liegende theoretische Modell einer transnationalen Netzwerköffentlichkeit im Internet. Abschließend wird spezifisch auf die Rolle des Blogformats im Hinblick auf eine transnationale Internetöffentlichkeit eingegangen (Kapitel 4.5).

Das fünfte Hauptkapitel widmet sich dem Beispieldiskurs der globalen Wirtschafts- und Finanzkrise (GWFK), der im Rahmen dieser Arbeit im Vordergrund stehen soll. Zunächst wird die besondere Eignung dieses Diskurses als Fallbeispiel für die vorliegende Arbeit dargelegt (Kapitel 5), um im Folgenden das Verständnis der Krise als Sammelbegriff zu definieren (Kapitel 5.1) und ihren speziellen Beitrag zur Integration bzw. Fragmentierung transnationaler Öffentlichkeit zu diskutieren (Kapitel 5.2). Das Kapitel 5.3 und seine Unterkapitel beschäftigen sich dann speziell mit der Medienberichterstattung über die GWFK und ihren Folgen für Öffentlichkeit, wobei zunächst die Berichterstattung der traditionellen Massenmedien zusammengefasst (Kapitel 5.3.1), dann der Beitrag des Internets beschrieben (Kapitel 5.3.2) und schlussendlich auf den besonderen Beitrag von WiFi-Blogs im Rahmen der Krise eingegangen wird (Kapitel 5.3.3).

Aus der ausführlichen Diskussion und Zusammenfassung des theoretischen und empirischen Forschungsstands zu transnationaler Öffentlichkeit im Internet in den vorangehenden Kapiteln, werden im sechsten Hauptkapitel die Forschungsfragen und Hypothesen abgeleitet, welche die empirische Studie im zweiten Teil der Arbeit anleiten. Sie gliedern sich in drei Bereiche, die jeweils eine andere Perspektive auf die transkulturelle und -nationale Integration von Öffentlichkeit im Internet einnehmen. Zunächst wird Integration klassisch anhand der Häufigkeit der Verwendung bestimmter transkultureller und -nationaler Indikatoren gemessen. Darauf folgt der netzwerkanalytische Vergleich der verschiedenen in den untersuchten Blogs repräsentierten kulturellen und nationalen Öffentlichkeiten.

Zuletzt werden Akteure untersucht, die auf eine spezielle Weise in die Netzwerke integriert sind.

Kapitel 7 beschreibt das Forschungsdesign, mit dem die Fragen und Hypothesen beantwortet werden sollen. In Kapitel 7.1 wird der mehrstufige Prozess der Stichprobenziehung ausführlich erläutert, der das Internet zunächst auf einen sinnvollen Untersuchungszeitraum begrenzt (Kapitel 7.1.1), auf ein bestimmtes Format eingrenzt (Kapitel 7.1.2) und die Auswahl der untersuchten Sprachräume und nationalen Öffentlichkeiten beschreibt (Kapitel 7.1.3). In Kapitel 7.1.4 wird der aufwendige Prozess der Stichprobenziehung beschrieben. Das Kapitel 7.2 und seine Unterkapitel widmen sich dann der Beschreibung und Diskussion der angewandten Methoden zur Analyse der gesammelten Daten (Kapitel 7.2.1), der Entwicklung der methodischen Instrumente (Kapitel 7.2.2) und der Durchführung der Erhebung (Kapitel 7.2.3).

Im achten Hauptkapitel werden die Ergebnisse entlang der in Kapitel 6 abgeleiteten Forschungsfragen und Hypothesen beschrieben und diskutiert. Die Auswertungskapitel gliedern sich in die drei Bereiche der Forschungsfragen mit den drei unterschiedlichen Perspektiven auf transkulturelle und -nationale Integration. In der Ergebnisdarstellung werden immer die Erkenntnisse aus dem Vergleich verschiedener Nationen mit denen aus dem Vergleich verschiedener Sprachräume einander gegenübergestellt.

Im Fazit (Kapitel 9) werden die Inhalte der Arbeit noch einmal im Hinblick auf das übergeordnete Forschungsinteresse dieser Studie zusammengefasst sowie das eigene Vorgehen diskutiert (Kapitel 9.1). In Kapitel 9.2 soll ein Ausblick auf potentielle zukünftige Anschlussforschung an das vorliegende Projekt gegeben werden.

2 Transnationale Öffentlichkeit

Im Folgenden soll der zentrale Forschungsgegenstand für die Arbeit, die *transnationale Öffentlichkeit*, abgesteckt werden mit dem abschließenden Ziel, die für die spätere Analyse relevanten Indikatoren herauszuarbeiten. Transnationale Öffentlichkeit ist *ein komplexes Phänomen*, das sowohl theoretisch als auch empirisch nur schwer zu fassen ist und von verschiedenen sozialwissenschaftlichen Fachrichtungen untersucht wird (Wessler/Brügge-
mann 2012).

Dabei kann Öffentlichkeit zunächst genauso gemessen und bewertet werden wie in anderen Studien der allgemeinen Öffentlichkeitstheorie auch. Zusätzlich zu den anderen Differenzierungsformen von Öffentlichkeit steht hier allerdings *die segmentäre Differenzierung von Öffentlichkeit nach Nationalstaaten und Kulturen bzw. Sprachräumen* im Zentrum des Forschungsinteresses (Imhof 2013).² In modernen, komplexen, überwiegend funktional ausdifferenzierten Gesellschaften existieren dennoch verschiedene Differenzierungsformen parallel. Stratifikation ist in der modernen Weltgesellschaft zwar keine Grundprämisse der Strukturbildung mehr, dennoch oder gerade wegen ihrer funktionalen Differenzierung bestehen Klassenunterschiede fort. Und Segmentäre Differenzierung zeigt sich jeweils abhängig vom Funktionssystem beispielsweise in Form von Universitäten und anderen Forschungseinrichtungen (Wissenschaft), Nationalstaaten (Politik) oder Unternehmen (Wirtschaft) (Luhmann 1997b). Daher wird die segmentäre Differenzierung von Gesellschaften begleitet von einer Ausdifferenzierung von entsprechenden Öffentlichkeiten. In dieser Konstellation

² Analog zur gesellschaftlichen Entwicklung (Parsons 1969, Luhmann 1977) können drei verschiedene Differenzierungsformen von Öffentlichkeit unterschieden werden: Die segmentäre Differenzierung beschreibt die Strukturierung von Gesellschaften in einzelne Segmente (z. B. Stämme, Clans, Familien, Dörfer) ohne hierarchische Unterschiede untereinander. Die stratifikatorische Differenzierung hebt auf die Strukturierung von Gesellschaften in einzelne Teilsysteme nach sozialen Klassen oder Schichten ab (z. B. Adel, Klerus, Bürger, Bauern, Besitzlose) und im Rahmen der funktionalen Differenzierung gliedern sich Gesellschaften in autonome Funktionssysteme (z. B. Wissenschaft, Politik, Wirtschaft, Recht, Religion). Obwohl die drei beschriebenen Differenzierungsformen historisch die evolutionäre Entwicklung menschlicher Gesellschaften nachvollziehen, lösen sie einander doch nicht vollständig ab. In überwiegend stratifikatorisch strukturierten Gesellschaften gab es gleichzeitig auch immer segmentäre Differenzierung (z. B. auf dem Land, außerhalb von Siedlungszentren).

fokussiert der Begriff transnationale Öffentlichkeit auf die Abgrenzung einzelner Öffentlichkeiten entlang von nationalstaatlichen Grenzen bzw. über diese hinaus.

In dieser Arbeit wird der *Definition* transnationaler Öffentlichkeit der Forschergruppe um Hartmut Wessler gefolgt, da ihre Definition am umfassendsten und differenziertesten die oben beschriebenen Segmentierungs- und Ausdifferenzierungsprozesse entlang nationaler Grenzen beschreibt und erklärt. Sie verstehen *transnationale Öffentlichkeit* als das Ergebnis eines Prozesses *mehrdimensionaler Entgrenzung*. Neben Kommunikationsinfrastrukturen entgrenzen sich in diesen öffentlichen Räumen auch Sprecher, Themen und Publika (Wessler/Brüggemann: 2012: 53, 63-68, 74). Transnationale Öffentlichkeiten werden in dieser Definition quer gedacht zu den Entgrenzungsprozessen. Demnach sind transnationale Öffentlichkeiten „Räume der Verdichtung von Prozessen öffentlicher, medial vermittelter politischer Kommunikation [...], die den nationalen Bezugsraum übersteigen“ (Brüggemann/Hepp/Kleinen-von Königslöw/Wessler 2009: 391). Sie sind als Netzwerke verschiedener nationaler Öffentlichkeiten sowie einer trans- oder gar supranationalen Ebene greifbar (Wessler 2004; Kleinen-von Königslöw 2010a).

Was genau meint „*inter-*“, „*trans-*“ oder „*supranational*“? Die Definition und Klärung des Verhältnisses dieser Begriffe zueinander ist für die weitere Beschreibung transnationaler Öffentlichkeit im Rahmend er vorliegenden Studie unabdingbar, insbesondere da diesbezüglich innerhalb der Sozialwissenschaften keine Einigkeit besteht. Die unterschiedlichen Definitionen sind jeweils mit unterschiedlichen Auffassungen über die Relevanz von Nationalstaaten und dem Einfluss ihrer Grenzen für grenzüberschreitende Kommunikationsprozesse verbunden (Wessler/Brüggemann 2012: 2-3).

Das Adjektiv „*transnational*“ stammt ursprünglich aus der Politikwissenschaft, wo er zur Beschreibung von Regierungs- und Regulierungsprozessen herangezogen wurde, die den nationalen Bezugsrahmen überwinden. Der Begriff „*transnational*“ hat sich mittlerweile auch in der kommunikationswissenschaftlichen Fachliteratur als der passendere und umfassendere Terminus etabliert. Es handelt sich also um einen Rahmenbegriff sowohl für „*internationale*“ Prozesse zwischen zwei oder mehreren Nationen sowie „*supranationale*“ Prozesse, die verschiedenen Nationen übergeordnet sind und sich auf konkrete übergeordnete Regierungsstrukturen beziehen (Jarron/Donges 2011: 107; Wessler 2007: 51; Wessler/Brüggemann 2012: 3). Diese Terminologie wird auch von den Wirtschafts- und anderen Sozialwissenschaften verwendet (Mau 2010: 17-18). Im Anschluss daran folgt die vorliegende Arbeit *einer eigenen, pragmatischen Verwendung der Begriffe*.

Mit „*international*“ sind Prozesse und Handlungen zwischen einzelnen Ländern gemeint, während „*supranational*“ sich auf Prozesse und Handlungen bezieht, die auf eine den einzelnen Nationalstaaten übergeordnete, aber für sie verbindliche Entscheidungs- und Handlungsebene abzielen. „*Transnational*“ ist hier ein Rahmenbegriff aller Prozesse, die den nationalen Rahmen in irgendeiner Form überschreiten.

Nach Klärung dieser für diese Arbeit zentralen Adjektive, gilt es das *Verständnis von Öffentlichkeit* genau zu definieren. Wessler et al. orientieren sich in Bezug auf die theoretische Konzeption und die normativen Maßstäbe an *einem deliberativen Modell von Öffentlichkeit*.³ Demnach sind die normativen Beurteilungskriterien und empirisch gemessenen Indikatoren prinzipiell die gleichen wie schon in der allgemeinen Öffentlichkeitsforschung. Der Fokus liegt nur jeweils auf den segmentären Ausprägungen der Indikatoren.

In der allgemeinen Öffentlichkeitsforschung der Sozialwissenschaften existieren heterogene Definitionen der komplexen *Schlüsselkategorie* „*Öffentlichkeit*“, zwischen denen es aber durchaus eine Schnittmenge gibt (Brüggemann et al. 2009: 394; Wessler/Brüggemann 2012: 54; Imhof 2003a: 194). Aus dieser Schnittmenge gewinnen die meisten empirischen Studien schließlich auch ihre Indikatoren. Wessler et al. folgen Vordenkern wie Peters (2007a), wenn sie mit öffentlicher Kommunikation diejenigen Kommunikationsprozesse bezeichnen, „die als Folge der allgemeinen Zugänglichkeit vor einem Publikum stattfinden und denen gesellschaftliche Relevanz zugeschrieben wird“ (Wessler/Brüggemann 2012: 56). Da der Begriff Politik in einem sehr weiten Verständnis ebenfalls auf die Bearbeitung und Regelung von Angelegenheiten von gemeinschaftlichem Interesse abzielt, handelt es sich bei öffentlicher Kommunikation zumeist auch um *politische Kommunikation* (Jarren/Donges 2011: 19-21; Wessler/Brüggemann 2012: 56). Öffentlichkeit ist demnach der „*Kommunikationsraum*“, in dem diese öffentlichen politischen Kommunikationsprozesse ablaufen (Wessler/Brüggemann 2012: 56).

³ Um die Qualität von Öffentlichkeit bewerten zu können wurden verschiedene normative Modelle entwickelt auf Basis unterschiedlicher Vorstellungen von Demokratie und unterschiedlicher soziologischer Makrotheorien (Donges/Imhof 2010: 191). Im Wesentlichen können ein liberales und ein deliberatives Öffentlichkeitsmodell unterschieden werden. Die Modelle sind in der sozial-, politik- und kommunikationswissenschaftlichen Literatur vielfach beschrieben, diskutiert, gegenübergestellt und erweitert worden. Sie postulieren jeweils unterschiedliche gesellschaftliche Funktionen von und Erwartungskriterien an Öffentlichkeit (z. B. Marcinkowski 1993, 2002; Habermas 1994 [1992]; Blöbaum 1994; Gerhards 1997; Kohring et al., 1999; Ferree et al. 2002a; Scholl 2004; Görke 2008).

Wie bei anderen Definitionen von Öffentlichkeit schwingt also auch bei der von Wessler und Brüggemann eine gewisse *räumliche Vorstellung* mit. Diese räumlichen Vorstellungen variieren allerdings stark zwischen den Öffentlichkeitsmodellen. Zur Beschreibung von Öffentlichkeit werden *unterschiedliche Metaphern* angeführt, die helfen sollen, sich den Kommunikationsraum Öffentlichkeit konkreter vorzustellen. Diesbezüglich sieht sich der Forscher inzwischen mit einem regelrechten Begriffswust konfrontiert. Dabei deckt jede Metapher jeweils nur einen Teilbereich von Öffentlichkeit ab. Als Denkschemata tragen sie dazu bei, bestimmte Aspekte von Öffentlichkeit überzubetonen bzw. bestimmte Bereiche zu vernachlässigen.

Neben „System“ hat sich hier vor allem der Begriff des „Forums“ mit unterschiedlichen öffentlichen „Arenen“ durchgesetzt (Ferree et al. 2002b: 9-13; Gerhards/Neidhardt 1991; Kleinen-von Königslöw 2010a). In dieser Tradition lässt sich auch das Modell von Wessler et al. verorten. Jedes einzelne Forum besteht aus einer Arena, einer Galerie und einem Backstage-Bereich. Innerhalb der Arena findet der öffentliche Diskurs statt, der aus den Sprechakten einzelner Sprecher zu bestimmten Themen von öffentlicher Relevanz besteht. Diese werden von einem Publikum auf der Galerie beobachtet. Bezüglich der Sprecher lassen sich klassische Sprecher und Mediatoren unterscheiden. Letztere organisieren den Diskurs in der Arena und ergänzen diesen lediglich vereinzelt um die eigene Meinung. Im Backstage-Bereich, auch Hinterbühne genannt, werden die öffentlichen Sprechakte durch die Sprecher und Mediatoren vorbereitet (Kleinen-von Königslöw 2010a: 31-32). Die Themen finden in Form von „Kommunikationsereignissen“ (Donges/Imhof 2010: 195) Eingang in die Arenen. Diese Ereignisse können initiiert oder ungeplanter Natur sein und von den Medien unterschiedlich inszeniert werden. Die einzelnen Öffentlichkeitsforen können sich stark voneinander unterscheiden. Beispielsweise gibt es innerhalb der Gesellschaft politische, wissenschaftliche oder massenmediale Foren. Problematisch an der reinen Arena-Metapher ist beispielsweise, dass sie den Eindruck einer beschränkten Beteiligung an öffentlichen Diskursen erweckt. Nur ausgewählte Akteure agieren in der Arena vor dem Publikum auf der Galerie oder auch auf einer politischen Hinterbühne.

Ergänzt wird die Forums- und Arenenmetapher häufig um die des *Netzwerks aus Kommunikationsflüssen* (Habermas 1994 [1992]: 436; Neidhardt 2004: 11). „Öffentlichkeit ist ein Netzwerk verschiedenster Arenen öffentlicher Debatte, die durch Kommunikationsflüsse miteinander verknüpft sind.“ (Wessler/Brüggemann 2012: 57) Die Metapher eines Netzwerks erscheint zur Beschreibung und Analyse von Öffentlichkeit am viel-

versprechensten, weil sie zunächst wertoffen ist und den Blick am wenigsten einschränkt, dabei aber gleichzeitig eine gewisse strukturelle Vorstellung liefert.

Der Begriff „*Öffentlichkeit*“ soll folglich im Rahmen dieser Arbeit das öffentliche *Gesamtnetzwerk einer Gesellschaft* beschreiben, das wiederum *aus vielen kleineren Netzwerken besteht*, sogenannten *Teilöffentlichkeiten*. Je nach Dichte der einzelnen Netzwerke können diese voneinander mehr oder weniger gut differenziert werden. Teilöffentlichkeiten können sich entlang von Funktionssystemen, medialen Infrastrukturen, Themen oder bestimmter Akteurskonstellationen verdichten. Überträgt man diese Metapher folglich auf transnationale Öffentlichkeit, macht der gesellschaftliche Bezugsrahmen hier nicht an nationalstaatlichen Grenzen Halt, sondern bezieht sich potenziell auf eine weltweite Gesellschaft.

Die einzelnen Teilöffentlichkeiten können gemäß dem heuristischen Modell von Gerhards und Neidhardt (1990) auf *drei unterschiedlichen Ebenen* verortet werden, die sich hinsichtlich ihres Grades an Strukturiertheit und der Art der Kommunikation unterscheiden (Gerhards/Neidhardt 1990: 19-26; Habermas 1994 [1992]: 452; Neuberger 2009: 43). Auf der ersten, untersten Ebene der „*Encounter*“-*Öffentlichkeiten* entsteht Öffentlichkeit eher spontan in Form von Begegnungen zwischen Einzelpersonen oder eher kleineren Gruppen, in denen hauptsächlich face-to-face und gleichwertig kommuniziert wird. Die zweite, mittlere Ebene der „*Themen- und Versammlungsöffentlichkeiten*“ ist bereits organisierter und umfasst größere Personengruppen. Hier sprechen einige wenige Akteure zu einem größeren Publikum, das durch gleichzeitige Anwesenheit auch nur begrenzt die Möglichkeit für Nachfragen und Kommentare hat (Gerhards/Neidhardt 1990). Grenz und Donges (2018: 397) bezeichnen Öffentlichkeiten auf der mittleren Ebene daher als „*Fachöffentlichkeiten*“. Auf der abstraktesten und dauerhaftesten Ebene ist die „*Medienöffentlichkeit*“ zu verorten, mit einer klaren Differenzierung der Akteure in Publikums- und Leistungsrollen (Gerhards/Neidhardt 1990). Einige wenige Gatekeeper richten ihre Kommunikation an ein disperses Publikum (Jarren/Donges 2011: 104-106; Neidhardt 1989). In modernen Demokratien entsteht Öffentlichkeit vor allem auf dieser dritten Ebene über die Massenmedien, aber eben nicht ausschließlich (Emmer/Wolling 2010: 37). Transnationale Öffentlichkeit ist ebenfalls auf der ersten und zweiten Ebene möglich.

In den verschiedenen Teilöffentlichkeiten, auf den unterschiedlichen Ebenen von Öffentlichkeit lassen sich die Kommunikationsteilnehmer anhand ihres Aktivitätsgrades und ihrer Funktion jeweils in *verschiedene Akteursrollen und -kategorien* einteilen (Neidhardt 1994b). Akteure können

einerseits Einzelpersonen und andererseits als Mitglieder von Gruppen bzw. Mitarbeiter von Organisationen und Unternehmen kollektive oder korporative Akteure sein. Ganz grob lässt sich zwischen *Leistungs-* und *Publikumsrollen* bzw. zwischen *Akteuren* und *Publikum* differenzieren (Luhmann/Schorr 1988: 29-34). Akteure können dabei zwischen den Rollen wechseln. Neben den verschiedenen Rollen können Akteure auch anhand unterschiedlicher Kategorien eingeteilt werden. Sie können einerseits als *Sprecher* auftreten, indem sie öffentliche Aussagen tätigen, oder als *Vermittler* Öffentlichkeit beobachten, andere Personen als Sprecher zu Wort kommen lassen und bestimmte Themen aufgreifen und kommentieren. Außerdem können sie phasenweise als Zuhörer Teil des *Publikums* sein. Das Publikum als Kollektiv handelt dagegen nur bedingt strategisch (Donges/Imhof 2010: 189-190).

Innerhalb der *Sprecher* lassen sich wiederum verschiedene Rollen differenzieren. Neidhardt (1994a: 14) unterscheidet zwischen *Repräsentanten* (offizielle Vertreter gesellschaftlicher Gruppen/Organisationen), *Advokaten* (Interessenvertreter von Gruppen ohne politische Vertretungsmacht), *Experten* (Personen mit wissenschaftlichen und/oder technischen Sonderkompetenzen), *Intellektuellen* (Personen, die sozialmoralische Sinnfragen thematisieren) und *Kommentatoren* (Journalisten, die neben reiner Berichterstattung auch Meinungsbeiträge liefern).

Bei den *Vermittlern* handelt es sich klassischerweise ebenfalls um Journalisten, also Einzelpersonen, die aber überwiegend im Rahmen von Organisationen agieren (Ferree et al. 2002b: 9-13). Durch ihre Einbindung in Redaktionen und Medienunternehmen sind sie an deren redaktionelles und publizistisches Programm gebunden (Donges/Imhof 2010: 190).

Sowohl die Aussagen der Sprecher als auch die Handlungen der Vermittler richten sich an *das Publikum als Adressat*. Öffentlichkeit wird somit erst durch die Anwesenheit eines Publikums konstituiert. Nur so können politische Aussagen gesellschaftlich legitimiert werden. Größe und Beschaffenheit des Publikums können in den einzelnen Öffentlichkeitsarenen erheblich variieren, je nach Thema, Sprecher und der medialen Plattform (Donges/Imhof 2010: 190-191). Im Rahmen der vorliegenden Analyse transnationaler Öffentlichkeit helfen diese Akteurseinteilungen nach verschiedenen Rollen und Kategorien bei der theoretischen und empirischen Modellierung.

Hiermit wurde der Forschungsgegenstand dieser Arbeit grundsätzlich abgesteckt und systematisiert. In den folgenden Kapiteln liegt der Fokus auf dem Netzwerkbegriff und seiner Bedeutung für die theoretische und empirische

rische Modellierung von Öffentlichkeit, konkreten Integrations- und Vermittlungsmechanismen und -prozessen, zunächst in Bezug auf die segmentäre Integration und dann auf die Netzwerkstruktur von Öffentlichkeit. Anschließend wird ein Überblick über den für die Arbeit relevanten Forschungsstand zu transnationaler Öffentlichkeit gegeben und die für die Analyse relevanten Indikatoren für transnationale Integration herausgearbeitet.

2.1 Transnationale Öffentlichkeit als Netzwerk

Nur eine *Modellierung transnationaler Öffentlichkeit als Netzwerk* kann den aktuellen Wandlungsprozessen (u. a. Globalisierungsprozessen), denen öffentliche Kommunikation unterliegt, und dem steigenden Grad ihrer Komplexität gerecht werden (Höflich 1992: 321). Die im vorigen Kapitel vorgestellte Definition basiert auf dem *Arenamodell von Öffentlichkeit, das verschiedene normative und analytische Perspektiven synthetisiert*. Vor dieser Hintergrundfolie wurde transnationale Öffentlichkeit bereits mehrfach untersucht, ohne dass dabei die Verwendung des Netzwerkbegriffs weit über den einer reinen Metapher hinausgeht.⁴ Nur vereinzelt, aber in steigender Zahl messen Studien tatsächliche Vernetzungsstrukturen zwischen verschiedenen öffentlichen Arenen und Akteuren innerhalb der Arenen und wenden zu diesem Zweck netzwerkanalytische Methoden an. Um diese tatsächlichen Vernetzungen näher zu erforschen eignet sich eine *Verknüpfung von transnationaler Öffentlichkeitstheorie mit dem heterogenen Forschungsstand der relationalen Soziologie*, der mit den Maßen und Erkenntnissen der sozialen Netzwerkanalyse das geeignete Instrumentarium liefert.

⁴ Der Begriff des „Netzwerks“ hat bei der Definition und Modellierung von nationaler und transnationaler Öffentlichkeit seit den 2000er Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen. Einige Beispiele sind nationale bzw. transnationale Öffentlichkeit als „Netzwerk“ (Habermas 1994: 373, 436; 2006; Neidhardt 2004: 11), „soziale Kommunikationsnetze“ als Form der Strukturbildung innerhalb von Öffentlichkeit (Peters 2007a: 76), „Kommunikationsnetzwerke“ um einzelne Themen herum (Peters 2007b: 285), transnationale Öffentlichkeit i. S. v. „Kommunikationsverdichtungen [...] als Netzwerke“ (Wessler/Averbeck-Lietz 2012: 10). Die Popularität der Netzwerkmetapher ist einerseits der Anpassung von Öffentlichkeitskonzepten an gewandelte gesellschaftliche Bedingungen geschuldet, und andererseits dem Versuch der wachsenden Komplexität von Öffentlichkeit in modernen Gesellschaften gerecht zu werden (Friedland/Hove/Rojas 2006).

Um die Vernetzungsmaße sinnvoll interpretieren zu können, müssen die Erkenntnisse der Forschung zu dem *Kontinuum von Integration und Fragmentierung von Öffentlichkeit* hinzugezogen werden. Aus dem Zusammenführen dieser verschiedenen Forschungslinien lassen sich Bewertungskriterien für den Grad der Vernetzung, die Qualität der Kanten und die Position der Akteure im Netzwerk ableiten. Tendenziell steht ein hoher Grad der Vernetzung für eine starke und ein niedriger Grad entsprechend für eine geringe Integration von transnationaler Öffentlichkeit. Beide Extreme eines Netzwerks sind nicht wünschenswert für funktionierende moderne Demokratien in einer globalisierten Welt. Eine zu starke Integration würde bei zuvielen Beteiligten die Kommunikation im Netzwerk unübersichtlich gestalten. Und lässt sich keine Vernetzung feststellen bzw. zerfällt das Netzwerk in sehr viele untereinander nicht verbundene Hauptkomponenten, so handelt es sich um eine fragmentierte Öffentlichkeit.

Im vorigen Kapitel wurde bereits der heuristische Nutzen der Netzwerkmetapher für die Öffentlichkeitsforschung angedeutet. Diesem Weg wird in der vorliegenden Analyse transnationaler Öffentlichkeit weiter gefolgt. Daher soll im Folgenden das Modell einer *transnationalen Öffentlichkeit als Netzwerk* näher beschrieben werden. Welche Implikationen hat die konsequente Anwendung der Netzwerkmetapher für die theoretische und empirische Modellierung von transnationaler Öffentlichkeit? Was genau ist Netzwerköffentlichkeit? Diesen Fragen gilt es zu klären. Zunächst wird kurz darauf eingegangen, wie Öffentlichkeit bislang im Fach als Netzwerk modelliert wurde und inwiefern die vorliegende Arbeit davon abweicht bzw. darüber hinausgeht.

In der kommunikationswissenschaftlichen Forschung, die (*transnationale*) *Öffentlichkeit als Netzwerk* modelliert, geschieht dies ganz überwiegend unter Rückgriff auf das bereits vorgestellte *Arenamodell von Öffentlichkeit* in Form eines Netzwerks aus Kommunikationsflüssen zwischen und in verschiedenen Arenen (Kapitel 2). Das Arenamodell wurde in Bezug auf verschiedene geografische Bereiche angewendet, einem nationalen Rahmen (Kleinen-von Königslöw 2010a), bezüglich des Vergleichs verschiedener nationaler Öffentlichkeiten (Ferree et al. 2002b; Wessler et al. 2008) und auch auf der transnationalen Ebene von Öffentlichkeit (Wessler et al. 2008; Wessler/Brüggemann 2012: 58).

Problematisch an dieser Modellierung ist einerseits die Zugangsbeschränkung, die sie impliziert und andererseits die *Unterdeterminiertheit der in ihr postulierten Kommunikationsräume* bzw. die heterogene Anwendung derselben. Obwohl Arenamodell-Studien von Öffentlichkeit vielfach

in einer deliberativen Theorietradition stehen, wird durch die Betonung einer Hinterbühne, auf der Themen und Ereignisse von ausgewählten Kommunikatoren vorverhandelt und Bündnisse zwischen den Akteuren geschlossen werden, das deliberative Prinzip der allgemeinen Zugänglichkeit zu und der prinzipiellen Unabgeschlossenheit von Öffentlichkeit verletzt. Außerdem bleiben die genauen Grenzen der einzelnen Kommunikationsforen und -arenen häufig unklar, oder sie werden in der Empirie äußerst heterogen gezogen.

Die theoretische und empirische Modellierung von transnationaler Öffentlichkeit soll im Rahmen dieser Arbeit zwar an die bestehende Forschung anknüpfen, muss aber aufgrund der oben beschriebenen Schwächen über diese hinausgehen. Zu diesem Zweck werden Erkenntnisse aus der *Öffentlichkeitsforschung* mit denen der *relationalen Soziologie*⁵ kombiniert.

In der relationalen Soziologie ist der Begriff des Netzwerks der etablierte Ausgangspunkt für die theoretische und empirische Analyse von Gesellschaftsstruktur. Als *Netzwerk* wird eine bestimmte Anzahl von *Knoten* bzw. sozialen Entitäten und den sie verbindenden *Kanten* bezeichnet. Knoten sind in der Regel individuelle oder korporative Akteure, können aber auch Ereignisse oder Objekte sein. Kanten sind die Beziehungen zwischen den Akteuren, Ereignissen oder Objekten (Hogan 2008: 143; Jansen 2006: 13, 58; Pappi 1987: 13). Prinzipiell sind Netzwerke also graduelle Konstrukte und enthalten per se keine festen Skalierungsebenen (Fuchs 2001, 2010). Die Knoten und Kanten eines Netzwerks sind grundsätzlich flexibel. In diesem Kontext weist Karafillidis (2010: 69) daraufhin, „dass prinzipiell keine soziale Einheit als selbstverständlich hingenommen werden kann.“ Wo die Grenzen eines Netzwerks gezogen werden, muss dann jeweils im Einzelfall theoretisch und empirisch begründet werden. Entscheidend ist aber, dass das, was relationiert werden soll klar voneinander abgegrenzt sein muss (Karafillidis 2010: 69).

Ähnlich wie die Analyse von Öffentlichkeit vor der Hintergrundfolie verschiedener normativer Gesellschafts- und Demokratiemodelle erfolgen kann (Kapitel 2.2), ist *das Instrumentarium der Netzwerkforschung, die soziale Netzwerkanalyse (SNA)*, theoretisch neutral und kann mit unterschied-

⁵ Unter dem Dach der relationalen Soziologie (Netzwerkforschung) versammeln sich verschiedenste „sozialwissenschaftliche[.] Arbeiten, die theoretisch und methodologisch von sozialen Beziehungsnetzen als der wichtigsten – oder zumindest als einer wichtigen – Ebene sozialer Strukturen ausgehen“ (Mützel/Fuhse 2010: 7). Ausführliche Überblicke über den Forschungsbereich liefern Holzer (2009), Jansen (2006), Monge und Contractor (2003) oder Stegbauer und Häußling (2010).

lichen Theorien und Ansätzen kombiniert werden (Jansen 2006: 12; Mützel/Fuhse 2010: 17-25; Wellmann 2003: 128). Die Kombination mit kommunikationswissenschaftlichen Theorien bietet sich besonders an, da Kommunikation häufig als primäres Verbindungselement bzw. Grundlage der Relationen in den sozialen Netzwerken genannt wird (z. B. Fuchs 2010; Gibson 2005; Karafillidis 2010; White 2008; White/Godart 2010). Die Öffentlichkeitstheorie liefert hier einen möglichen gesamtgesellschaftlichen Rahmen. In Bezug auf die Analyse von öffentlichen Diskursen liefert demnach die Öffentlichkeitstheorie die Begrifflichkeiten um Knoten und Kanten eindeutig zu bestimmen und die Netzwerkgrenzen klar zu ziehen.

Während also in der Forschung zu (transnationaler) Öffentlichkeit die Netzwerkterminologie immer mitschwingt, kommt es in der Netzwerkforschung, mehr oder weniger beabsichtigt, immer wieder zu Verweisen auf Untersuchungsgegenstände der Kommunikationswissenschaft. Umso erstaunlicher ist es, dass bisher nur wenige Arbeiten zu (transnationaler) Öffentlichkeit existieren, die beide Forschungstraditionen konsequent kombinieren.⁶ Die Pionierstudie von Adam (2007) ist hier durch die Verbindung von Öffentlichkeitstheorie, Policy-Analyse und Netzwerkforschung ein interessanter Schritt in diese Richtung. Sie ergänzt die gängigen Definitionen von Öffentlichkeit, die aus ihrer Analyse von Akteuren und Kommunikationsinhalten bestehen, um die relationale Komponente zwischen ihnen, indem sie die einzelnen Kommunikationsinhalte an die jeweiligen Sprecher rückbindet. Derart konzipiert und analysiert sie *symbolische Netzwerke medial vermittelter Kommunikationsbeziehungen* (Adam 2007: 49-50):

„Diese Rückbindung von Kommunikationsinhalten an die Sprecher stellt eine akteursbasierte und relationale Sicht auf Öffentlichkeit dar. Akteursbasiert deswegen, da verschiedene Akteure als Sprecher auftreten können. Relational bedeutet, dass eben diese Sprecher mit den von ihnen vertretenen Kommunikationsinhalten verbunden sind und damit kommunikative Beziehungen die Sprecher und deren Inhalte verknüpfen.“ (Adam 2007: 50)

Die Kommunikationsinhalte können dann wiederum auf verschiedenen Ebenen erfasst werden, genauso wie die Kommunikatoren innerhalb der Medien auf verschiedenen Ebenen auftreten können, z. B. als Verfasser eines Artikels oder als zitierter Sprecher innerhalb eines Artikels. Adam (2007) fokussiert in ihrer Studie auf einzelne Frames. Sie bezeichnet die von ihr ermittelten Netzwerke als „symbolisch“, da sie sich ausschließlich mit dem Symbolwert von Politik befassen und grenzt sie von anderen sozialen oder Policy-Netzwerken ab, weil nicht Sozialbeziehungen (z. B.

⁶ Holzer (2009) weist auf ein generelles Theoriedefizit der Netzwerkforschung hin und betont die Anschlussfähigkeit dieser besonders mit Theorien mittlerer Reichweite.

Freundschaft, Verwandtschaft) das zentrale verbindende Element sind, sondern „medial vermittelte Kommunikationsbeziehungen“ (Adam 2007: 52).

Diesem Vorgehen wird generell auch im Rahmen der vorliegenden Arbeit gefolgt: *Öffentlichkeit wird konsequent als Netzwerk gedacht*. Derartige Öffentlichkeitsnetzwerke umfassen alle Ebenen von Öffentlichkeit und sämtliche Prozessphasen. Die Knoten dieses Netzwerks sind einzelne Akteure, als Sprecher oder Adressaten in flexiblen Rollen. Diese Akteure können Einzelpersonen oder kollektive Akteure sein. Es kann sich dabei um professionelle, massenmediale Kommunikatoren und Akteure aller gesellschaftlichen Teilsysteme handeln. Die Kanten sind Kommunikationsakte zwischen diesen Akteuren. Das gesamte Netzwerk ist öffentlich beobachtbar und zugänglich. Einzelne Verdichtungen von Akteuren und Kommunikationsakten bilden kleinere Teilöffentlichkeiten.

Bei diesen Teilöffentlichkeiten kann es sich auch um *Fachöffentlichkeiten* handeln (Kapitel 2), wo beispielsweise die Teilhabe am Diskurs ein gewisses Fachwissen erfordert (Grenz/Donges 2018; Kleinen-von Königslöw 2010a: 33). Durch die Vernetzung dieser Fachöffentlichkeiten mit anderen größeren Teilöffentlichkeiten, beispielsweise massenmedialen Öffentlichkeiten, werden diese kleineren, spezialisierten Öffentlichkeiten sichtbar und für ein breiteres Publikum zugänglich und verständlich. Neben tatsächlich realisierten Kommunikationsakten zwischen Akteuren gehören auch ausschließlich beobachtende Akteure zu diesem Netzwerk, die nicht aktiv kommunizieren. Außerdem kann durch verschiedene Themen und Medienangebote ein gewisser Rahmen abgesteckt werden, innerhalb dessen dann alle Akteure, die zu einem Thema kommunizieren oder bestimmte Medienangebote nutzen, zur (Teil-)Öffentlichkeit gehören, auch ohne tatsächlich realisierte Kommunikationsbeziehungen zwischen ihnen.

Derartige *Teilnehmergrenzen* bleiben aber notwendigerweise *fluide und verschiebbar*. Eine auf diese Weise gedachte Struktur von Öffentlichkeit ist zunächst einmal ergebnisoffener und flexibler. Daher eignet sie sich besser öffentliche Diskurse und Kommunikationsstrukturen unter modernen Gesellschaftsbedingungen nachzuvollziehen, darstellbar zu machen und zu bewerten.

Transnational sind diese Kommunikations-Netzwerke dann, wenn sie bezüglich der Knoten und/oder Kanten nationale Bezugsräume überschreiten.⁷ Wessler und Awerbeck-Lietz (2012: 60) sprechen von „thematische[n]

⁷ Die relationale Soziologie hat sich bereits relativ früh auch mit Globalisierungs- bzw. Transnationalisierungspänomenen beschäftigt. Hierunter fallen beispielsweise die Experimente zum sogenannten Small-World-Problem (Milgram 1967;

und akteurszentrierte[n] Kommunikationsverdichtungen über nationale Grenzen hinweg, die als Netzwerke beschrieben werden können“. Diese Strukturen können dauerhafter oder flüchtiger Natur sein, je nach ihrem spezifischen Kontext. Entsprechend der oben beschriebenen Eigenschaften von Netzwerken können diese transnationalen, öffentlichen Kommunikationsnetzwerke auf *verschiedenen Skalierungsebenen* betrachtet werden. Analog zu den Differenzierungsstrukturen von nationalen Gesellschaften und Öffentlichkeiten handelt es sich um segmentär (verschiedene Teilöffentlichkeiten), hierarchisch (unterschiedliche Definitionsmacht und Partizipationschancen) und funktional (Leistungs- und Publikumsrollen) differenzierte Netzwerke (Imhof 2003a: 203-204). Außerdem können regionale, nationale und transnationale Kommunikationssphären voneinander abgegrenzt, oder ineinander verschachtelt sein (Hepp/Wessler 2009: 175; Kraidy 2005; Wessler 2008b: 220; Wessler/Brüggemann 2012: 63). Derart modelliert können einzelne nationale Öffentlichkeiten hinsichtlich ihrer jeweiligen Binnenstruktur nachvollzogen, miteinander verglichen sowie die Verbindungen zwischen ihnen ermittelt werden. Ein solches Modell kann der komplexen Struktur transnationaler Öffentlichkeit gerecht werden.

2.2 Transnationale Öffentlichkeit und Transnationalisierung von nationalen Öffentlichkeiten

Um die im vorigen Kapitel beschriebenen Binnenstrukturen transnationaler Öffentlichkeit bestimmen und analysieren zu können benötigt man also einerseits Informationen über die Inhalte und beteiligten Akteure (segmentäre Differenzierung, Teilöffentlichkeiten), die Definitionsmacht und Partizipationschancen dieser Akteure (hierarchische Differenzierung) sowie der von ihnen verkörperten Leistungs- und Publikumsrollen (funktionale Differenzierung). Und andererseits müssen für die Analyse transnationaler Öffentlichkeiten nationale Grenzen bestimmt werden. Erst auf diese Weise wird

Korte/Milgram 1970; Travers/Milgram 1969). Stanley Milgram ermittelte die enge Verbundenheit von US-Amerikanern. Seine Annahmen wurden im Folgenden (nicht unumstritten) auf die ganze Welt übertragen und analysiert (z. B. Solomonoff/Rapoport 1951; Watts 1999a; Watts 1999b;). Watts (200) spricht von einem „paradox of social networks“: Kontakte scheinen tatsächlich lokal konzentriert zu sein, und trotzdem besteht die Möglichkeit einer globalen Reichweite. Einige wenige Kontakte über den lokalen Rahmen hinaus reichen für eine globale Konnektivität aus (Holzer 2005).

es möglich die einzelnen nationalen öffentlichen Sphären eindeutig zu bestimmen sowie Verbindungen zwischen ihnen und Überschreitungen dieser Grenzen zu messen. Da der Fokus auf einen rein *nationalen Bezugsrahmen* von Öffentlichkeit zwar gängige Praxis in den Sozialwissenschaften ist, aber vielfach kritisiert wurde, geht diese Arbeit darüber hinaus, indem sie mit dem zusätzlichen Vergleich von Sprachräumen auch kulturelle Grenzen mit analysiert.

Weil diese *Grenzüberschreitungen* keinen statischen Zustand darstellen, sondern in *dynamischen Prozessen* entstehen, getriggert von bestimmten Themen, Ereignissen, Medienangeboten etc., muss eine Analyse transnationaler Öffentlichkeit immer einen längeren Zeitraum (i. d. R. mehrere Wochen) berücksichtigen und kann nicht nur einen kurzen Zeitraum (z. B. einen Tag) in den Blick nehmen. Im Folgenden soll also auch kurz *die Prozesshaftigkeit transnationaler Öffentlichkeit* skizziert werden. Dabei kann die vorliegende Arbeit von einem breiten Forschungsstand profitieren, den es aber in eine Perspektive von transnationaler Netzwerköffentlichkeit neu zu integrieren gilt.

Traditionellerweise wurde Öffentlichkeit in *nationalen Bezugsrahmen* gedacht und analysiert, die sich Mitte des 20. Jahrhunderts auch noch recht klar voneinander abgrenzen ließen (Leibfried/Zürn 2005). Das hängt vor allem damit zusammen, dass Öffentlichkeit in demokratischen Gesellschaften üblicherweise *an politische Regierungsprozesse und Machtstrukturen rückgebunden* war. Gerade vor dem Hintergrund von immer komplexeren, ausdifferenzierten Gesellschaften zeigt sich aber zunehmend, dass diese enge Anbindung von Öffentlichkeit an politische Entscheidungsprozesse zu kurz gedacht ist. Seit den neunziger Jahren wird im Rahmen der Globalisierungs-Debatte, unter anderem in den Sozialwissenschaften, der nationale „Container“⁸ (Agnew/Corbridge 1995: 84) als Ausgangsbasis der Analyse zunehmend in Frage gestellt bzw. als methodologischer Nationalismus kritisiert (Albrow 1996; Beck, U. 2000; Beck/Sznajder 2006; Hanitzsch/Esser 2012: 503; Held et al. 1999; Humphreys 2012; Rosenau/Czempiel 1992; Salvatore/Schmidtke/Trenz 2013: 3; Sassen 2003; Zürn 1998). Ein Verständnis von *Macht*, welche diese eher *über Persuasionsmechanismen* kon-

⁸ Mit der Container-Metapher wird klassischerweise ein territorialer Raum beschrieben, der politische, wirtschaftliche und soziale Beziehungen begrenzt (Agnew/Corbridge 1995). Diese Beschreibung trifft allerdings auch nicht für alle Epochen von nationaler Gesellschaftsbildung zu. Giddens (1990: 14) weist diesbezüglich daraufhin, dass vormoderne Gesellschaften weit weniger stark voneinander abgegrenzt waren, als moderne Nationalstaaten.

zipiert, als über reine Herrschaft, entspricht mehr modernen Gesellschaftsstrukturen. Demnach liegt Macht nicht nur in den Händen der Regierung eines Staates, sondern verteilt sich auf viele verschiedene Institutionen und Organisationen, wie zivilgesellschaftliche Akteure und die einzelnen Bürger (Foucault 1993; Mouffe 1999).

Durch Globalisierungstendenzen werden nationale Grenzen zunehmend herausgefordert (Mau 2010: 8; 164) und ihnen werden alternative Grenzbeziehungen zur Seite gestellt oder sogar übergeordnet. Unter dem Begriff *Globalisierung* werden sehr unterschiedliche und teilweise auch gegensätzliche Prozesse subsumiert (Beck, U. 2000; Castells 1996; Giddens 1990; Jung 2010; Mau 2010: 11-16). Globalisierung beschreibt ganz allgemein mehrdimensionale, weltweite Prozesse der ökonomischen, sozialen und kulturellen Internationalisierung, die die Bedeutung von nationalen Grenzen abschwächen und zu einer prinzipiell grenzenlosen Ausdehnung von Handlungssphären führen (Albrow 1996; Giddens 1990; Held et al. 1999; Norris 2012: 353-354).

Die Kommunikationswissenschaft entwickelt ihre Forschung und Modelle entlang der allgemeinen sozialwissenschaftlichen Tendenzen. Gemeinsam ist sowohl der gesamtsozialwissenschaftlichen Globalisierungsdebatte als auch der spezifischeren Diskussion zu der Verankerung von Öffentlichkeiten und Mediensystemen die Feststellung, dass nationale Grenzen durch Globalisierungsprozesse nicht vollkommen verschwinden, sondern weiterhin eine wichtige Rolle in der Begrenzung und Strukturierung von Gesellschaft spielen.⁹ Gerade auch durch die überwiegend noch an sie gebundene Rechtssprechung *bleiben Nationalstaaten eine wichtige Basis für Gesellschaften*. Das bestätigen wiederholt empirische Studien. Die Form, Funktion und der Effekt von Nationen verändern sich aber und passen sich den neuen Gegebenheiten an (Mau 2010: 10; Pfetsch/Esser 2008, 2014; Schroer 2006). Auch in Bezug auf transnationale Öffentlichkeit finden sich vergleichbare Beweise insbesondere auch für den europäischen Raum (Brüggemann et al. 2009: 402; European Commission 2013a). Diese Arbeit lässt folglich die theoretische Modellierung und empirische Analyse offen sowohl für Kommunikationsprozesse von globaler Ausdehnung als auch für Austausch auf nationaler Ebene oder darunter.

⁹ Neben Globalisierungstendenzen kommt es zunehmend zu gegenläufigen Nationalisierungs- und Lokalisierungstendenzen (Giddens 1991; Beck 1998; 2000). Diese Entwicklungen finden sich auch im Kommunikations- und Mediensektor (Straubhaar 2007; Hampton 2010) und ebenfalls in der Forschung zu sozialen Netzwerken (Wellman/Hampton 1999; Hampton/Wellman 2002).

Eine weitere Kritik an einer rein nationalen Grenzziehung in der Forschung zu grenzüberschreitender Öffentlichkeit stammt aus dem Lager der transkulturellen Kommunikation. Sie betonen die mindestens gleichwertige *Bedeutung von kulturellen Grenzen*, insbesondere in Form von Sprachräumen (Brüggemann et al. 2009: 393; Fishkin/Luskin/Siu 2014: 329). Sprachräume können an einzelne Nationen geknüpft sein, aber auch engere Grenzen ziehen oder über nationale Grenzen hinausweisen (Wessler 2008b: 225).¹⁰ Die Forschungstraditionen zu transnationaler und transkultureller Kommunikation lassen sich bis zu einem gewissen Grad zusammenführen. Beide untersuchen Kommunikationsprozesse und Strukturbildungen, die entweder territorial bezogen sein können (z. B. Nationalstaaten, europäische/panarabische Öffentlichkeit), oder auch deterritorial bestehen (z. B. Diaspora-Gemeinschaften, transnationale soziale Bewegungen) (Brüggemann et al. 2009: 392). Die folgende Analyse berücksichtigt daher neben nationalen Grenzen von Öffentlichkeiten auch verschiedene Sprachräume.

Außerdem muss eine Studie transnationaler Öffentlichkeit der *Prozesshaftigkeit* dieser Kommunikationsprozesse Rechnung tragen (Wessler 1999), indem sie einen ausreichend großen Zeitraum in den Blick nimmt, in dem sich grenzüberschreitende Kommunikation überhaupt erst entfalten kann. Eng verknüpft mit den verschiedenen Prozessphasen sind auch die normativen Bewertungskriterien von Öffentlichkeit. Die Öffentlichkeitsforschung folgt hier traditionellerweise den *drei Prozessphasen von Neidhardt* (1994a: 8; 1994b). In den verschiedenen Phasen werden jeweils unterschiedliche Funktionen von Öffentlichkeit für die Gesellschaft erfüllt. In der *Input-Phase* geht es um das Sammeln von öffentlich relevanten Themen und Meinungen. Im Fokus stehen also der Zugang von Informationen und Akteuren zum öffentlichen Kommunikationsraum. In der *Throughput-Phase* liegt der Fokus auf der Art und Weise, wie diese Informationen und Meinungen in der Öffentlichkeit verarbeitet werden. Die *Output-Phase* zielt auf die Vermittlung und Weitergabe dieser Informationen und Meinungen ab.

Parallel zu den drei Prozessphasen postulieren drei bzw. *vier Funktionen von Öffentlichkeit* Ansprüche an den öffentlichen Kommunikationsprozess: Die *Transparenzfunktion* steht dabei für den Anspruch an Öffentlichkeit, alle gesellschaftlichen Gruppen bzw. alle gesellschaftlich relevanten Themen und Meinungen abzubilden. Hier geht es also um das oben bereits erwähnte Prinzip der allgemeinen Zugänglichkeit. Die Transparenzfunktion

¹⁰ Zum Verhältnis von Nation und Kultur siehe Couldry (2000: 187), Levine, Park und Kim (2007) und Livingstone (2012: 424-426). Zum Verhältnis von Massenmedien, Gesellschaft und Kultur siehe McQuail (2010: 70-72).

beinhaltet eine sachliche Komponente (Themen) und eine soziale Komponente (Akteure/Teilnehmer). Die *Validierungsfunktion* hebt auf die Art und Weise ab, wie die öffentlichen Akteure miteinander umgehen und wie sie die öffentlichen Themen und Meinungen behandeln und diskutieren. Die *Orientierungsfunktion* betont die Vermittlung der ausgehandelten bzw. diskutierten Themen und Meinungen an das Publikum von Öffentlichkeit. Dort sollten alle relevanten Akteure bekannt sein und alle gesellschaftlich wichtigen Themen und Meinungen ankommen. Zusätzlich sollen umgekehrt auch das Publikumsverhalten bzw. die Meinung des Publikums für die aktiven Akteure (Kommunikatoren/Sprecher) beobachtbar gemacht werden.

Zu dieser dritten Funktion gehört darüber hinaus auch eine Art zusätzliche vierte Funktion von Öffentlichkeit, die sogenannte *Integrationsfunktion* (Kleinen-von Königslöw 2010a: 49-50, 59, 308-310). Gemäß der Bedeutung von Öffentlichkeit als Kollektiv, dient sie hier als Forum sozialer Integration. Durch die gemeinsame Teilhabe an Öffentlichkeit wird dieses Kollektiv für die einzelnen Mitglieder erst sichtbar, einschließlich ihres Solidarzusammenhangs. Eine besondere Rolle spielen dabei die traditionellen Massenmedien mit ihrer hohen Reichweite (Imhof 2008, 2011; Kleinen-von Königslöw 2010a: 59). Dabei gelten in Bezug auf Öffentlichkeit und ihre Funktionen auch bestimmte Einschränkungen. Zu berücksichtigen ist hier vor allem, dass der öffentliche Kommunikationsraum nur eine begrenzte Verarbeitungskapazität besitzt. Nicht alle Akteure und alle Themen, Interessen und Meinungen können gleichermaßen sichtbar gemacht werden, besonders nicht in den Massenmedien. Hier greifen also bestimmte Selektionsmechanismen. Transnationale Öffentlichkeit sollte in diesem Sinne also Akteure aus verschiedenen Nationen und Sprachräumen umfassen und die für alle relevanten Themen und Meinungen ansprechen und diskutieren.

Entlang dieser Funktionen von Öffentlichkeit wurden verschiedene *normative Ansprüche* formuliert und diskutiert, die für eine funktionierende Gesellschaft notwendig bzw. wünschenswert sind. Nur mithilfe dieser normativen Kriterien lässt sich beurteilen, inwiefern die oben genannten Funktionen auch tatsächlich erfüllt werden.¹¹ Auf Basis der Diskussion um die

¹¹ In seiner Habilitationsschrift „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ gibt Jürgen Habermas (1990) einen entscheidenden Anstoß zur theoretisch-normativen Diskussion von Öffentlichkeit. Laut Habermas (2008: 138) gehören normative und empirische Überlegungen zu Öffentlichkeit immer zusammen.

entscheidenden Kriterien sind *verschiedene theoretische Modelle von Öffentlichkeit*¹² postuliert worden (z. B. Marcinkowski 1993, 2002; Habermas 1994 [1992]; Blöbaum 1994; Gerhards 1997; Kohring et al., 1999; Ferree et al. 2002a; Scholl 2004; Görke 2008).

In der empirischen Analyse und theoretischen Konzeption transnationaler Öffentlichkeit dominiert das bereits genannte *deliberative Modell von Öffentlichkeit*. Es dient sowohl als Heuristik zur Ableitung empirischer Indikatoren als auch der Beurteilung und Einordnung der Ergebnisse (Gerhards/Neidhardt/Rucht 1998; Wessler 2008a; Kleinen-von Königslöw 2010a; Toepfl/Piwoni 2015; Wessler/Rinke 2014). Die vorliegende Studie schließt sich dieser Tradition an, um einerseits an die bestehende Forschung anzuknüpfen und andererseits die Bewertung der Ergebnisse vergleichbarer zu machen. Außerdem ermöglicht das deliberative Modell über die verschiedenen Ebenen und Prozessphasen von Öffentlichkeit hinweg differenzierte Indikatoren aufzustellen. Es soll also die folgende Frage beantwortet werden: Wie segmentär integriert ist Öffentlichkeit vor dem Hintergrund deliberativer Ansprüche an Öffentlichkeit?

Das deliberative Öffentlichkeitsmodell gründet sich einerseits auf *deliberative Demokratiemodelle* und andererseits auf *soziologische Handlungsmodelle* (Blumler 2015: 434; Emmer/Wolling 2010: 37; Eilders 2013: 329).¹³ In diesem Modell werden alle drei Funktionen von Öffentlichkeit und alle drei Prozessphasen berücksichtigt. Dabei liegt der Fokus vor allem auf diskursiven Ausprägungen von Öffentlichkeit (Peters 2007a: 60-63, 89-97; 2007c). Das deliberative Öffentlichkeitsmodell geht vor allem auf Überlegungen von Jürgen Habermas (1990) zurück wurde aber darauffolgend von anderen Wissenschaftlern sowie von ihm selbst weiterentwickelt und

¹² Es werden grob zwei Modelle unterschieden: Das liberale und das deliberative Modell von Öffentlichkeit (Gerhards 1997; Jarren/Donges 2011: 100; Neuberger 2009: 53; Risse 2015a: 5-6). Die beiden theoretischen Richtungen schließen sich nicht gegenseitig aus, sondern lassen sich teilweise miteinander kombinieren bzw. sich ineinander verschachteln und ergänzen sich (Martinsen 2009: 63). Die Varianz an Hintergrundtheorien wird unter Forschern weitestgehend als unproblematisch gesehen (Pfetsch/Heft 2015; Risse 2015a: 3-4).

¹³ Das liberale Modell von Öffentlichkeit bezieht sich demgegenüber auf der liberal-repräsentativen Demokratietheorie und systemtheoretische Konzeptionen von Gesellschaft, die Öffentlichkeit als eines von mehreren gesellschaftlichen Subsystemen betrachten. (Luhmann 1990: 81; Marcinkowski 1993: 118; 2002). Siehe zur Kombination von System- und Akteurs-/Handlungstheorien auch den integrativen Ansatz einer Gesellschaftstheorie von Schimank (2007; 2010), der zwar nicht explizit auf Öffentlichkeit abhebt, aber von Neuberger (2007; 2013: 230, 232) auf das Teilsystem Journalismus übertragen wird.

präzisiert (z. B. Habermas 1987; Lunt/Livingstone 2013: 88), aber auch kritisiert (z. B. Calhoun 1992; Fraser 1992). Es eignet sich aufgrund seines umfassenden Ansatzes besonders für die Modellierung und normative Bewertung transnationaler Öffentlichkeit als Netzwerk.

In Bezug auf die soziale Zugänglichkeit in der *Input-Phase* gehen deliberative Öffentlichkeitstheorien über den Einschluss aller gesellschaftlichen Akteure bzw. ihrer Repräsentanten hinaus. Sie legen den Schwerpunkt auch auf individuelle Akteure und die politische Peripherie, besonders zivilgesellschaftliche Akteure (Neuberger 2009: 53). Die Teilnahme an Öffentlichkeit soll auch für Laien prinzipiell möglich sein, sollte also nicht an sozialen Stand und Status gebunden sein (Gerhards/Neidhardt 1990: 16-17). Im Bereich der sachlichen Zugänglichkeit soll Offenheit für alle die Allgemeinheit betreffenden Themen und Beiträge bestehen.

In der *Throughput-Phase* fordert dieses Modell Diskursivität, das heißt, dass Mitteilungen begründet werden sollen, die Sprecher respektvoll miteinander umgehen und sich gegenseitig aufeinander beziehen. Außerdem wird ein hohes Rationalitätsniveau gefordert, was bedeutet, dass gegenseitig Werte und Interessen in der eigenen Argumentation berücksichtigt werden. Darüber hinaus sollen für alle Akteure die gleichen Beteiligungschancen gegeben sein, also gleiche Bedingungen für die Publikation von Information, ihre Rezeption und für Anschlusskommunikation.

In der *Output-Phase* soll sich eine Art Konsens bzw. Mehrheitsmeinung entwickeln, der bzw. die auf der zwanglosen Überzeugung des besseren Arguments basiert (Gerhards 1997: 12; Neuberger 2009: 53)¹⁴. Peters (2007c: 351) definiert Deliberation zusammenfassend wie folgt:

„Öffentliche Deliberation bedeutet eine kollaborative, argumentative Bemühung um kollektiv akzeptable Problem- oder Konfliktlösungen. Selbst wo ein Konsens nicht erreicht oder erwartet wird, soll öffentliche Deliberation zu Lerneffekten, zu einer Bereicherung des kollektiven Repertoires an Argumenten und Ideen, zu einer reflexiven Prüfung und möglicherweise zur Transformation der eigenen Überzeugungen und Präferenzen, zu einem gewissen Maß an Verständnis und Respekt für Gegenpositionen und damit zu einem höheren Rationalitäts- und Legitimitätsgrad politischer Entscheidungen führen.“ (Peters 2007c: 351)

¹⁴ Die Forderung von Habermas (1987) nach einem Konsens als Ergebnis des öffentlichen Diskurses wird häufig missverstanden bzw. überbewertet (z. B. Ferree et al. 2002b; Gerhards 1997; Rinke/Wessler/Löb/Weinmann 2013; Toepfl/Piwoni 2015: 469; Wessler/Rinke 2014: 832). Peters präzisiert das Ziel von Öffentlichkeit folgendermaßen: „Deliberation sollte und kann nicht zu einem Konsens innerhalb der deliberierenden Öffentlichkeit führen. Wohl aber sollte sie zu so etwas wie einem gemeinsamen Horizont, einem *gemeinsamen und geteilten Feld der Auseinandersetzung* führen.“ (Peters 2007c: 351, Herv. i. Org.).

Dabei bleiben Einwände und Kritik jederzeit möglich (Peters 2007a: 60-62; Neuberger 2009: 53).

Zwischen den drei Phasen sind allerdings auch gewisse trade-offs oder Konflikte denkbar (Peters 2007a: 68-69). So schränken sich beispielsweise die Teilnehmerzahl und die Partizipationsmöglichkeiten an öffentlicher Kommunikation gegenseitig ein (Neuberger 2008: 18; Wessler/Brüggemann 2012: 60). Dennoch hat das deliberative Öffentlichkeitskonzept – empirisch wie normativ – bis heute seine *Attraktivität für die Forschung* nicht verloren (Dahlgren 2005: 148; Wessler/Rinke 2014). Ein Grund dafür ist, dass Habermas (1990 [1962]) sein Modell von Anfang an für Anpassungen und gesamtgesellschaftliche Wandlungsprozesse offenhält. Das macht das deliberative Modell auch als normative Hintergrundfolie für die vorliegende Arbeit so interessant. Im Anschluss an einen Großteil der Forschung verfolgt diese Studie eine pragmatische Herangehensweise (Lunt/Livingstone 2013: 91). *Öffentlichkeit* wird zunächst *als eine Art Heuristik* (Kleinen-von Königslöw 2010; Lunt/Livingstone 2013: 91; Peters 2007a: 101-102) verwendet, um ihre realen Strukturen zu ermitteln. In einem zweiten Schritt werden dann die ermittelten Strukturen *mit den verschiedenen deliberativen Forderungen an Öffentlichkeit abgeglichen*, um diese so überhaupt erst hinsichtlich ihrer Funktionalität für die Gesellschaft bewerten zu können.

Über alle drei Prozessphasen hinweg kann sich Öffentlichkeit transnational entgrenzen. Transnationale Öffentlichkeit als Prozess entsteht überwiegend durch die *Entgrenzung nationaler oder kultureller Öffentlichkeiten in zwei verschiedene Richtungen* (horizontal und vertikal) und *entlang unterschiedlicher Dimensionen* (Infrastrukturen, Akteure, Medieninhalte, Publika) (Brüggemann et al. 2009: 407-408; Peters 2007b: 288-295; Wessler und Brüggemann 2012: 74-103). Grob lassen sich *zwei Richtungen der Transnationalisierungsprozesse* unterscheiden, auf die Koopmans und Kollegen im Anschluss an Gerhards (1993b) hingewiesen haben (Koopmans/Zimmermann 2003: 23; Koopmans/Erbe 2004; Koopmans 2004: 6; Koopmans/Statham 2010a: 38), und die in der Folge von vielen transnationalen Öffentlichkeitsforschern aufgegriffen wurden (z. B. Engelmann 2009): *Vertikale Transnationalisierung* bezieht sich auf die Verbindungen von einzelnen nationalen Öffentlichkeiten zu Akteuren und Institutionen auf einer dem Nationalstaat übergeordneten Ebene, also inter-¹⁵ oder supranationale Akteure und Institutionen. *Horizontale Transnationalisierung* bezeichnet dagegen Verbindungen einzelner nationaler Öffentlichkeiten zu anderen

¹⁵ Internationale Akteure und Institutionen fallen hierunter, insofern sie für mehr als einen anderen Nationalstaat stehen, also für Regionen oder andere Länderkollektive Entscheidungen fällen bzw. zuständig sind.

Öffentlichkeiten auf der nationalen Ebene anderer Länder. Analog zu der Entgrenzung über Ländergrenzen hinweg, lässt sich auch zwischen einer vertikalen und horizontalen Transnationalisierung hinsichtlich verschiedener kultureller bzw. sprachlicher Grenzen differenzieren.

2.3 Komparative und allgemeine Forschung zu transnationaler Öffentlichkeit

Hinter diesen Entgrenzungsprozessen von Öffentlichkeit können *verschiedene Triebkräfte* stehen, wie beispielsweise transnationale Medien, transnational orientierte Akteursgruppen, global relevante Themen und Probleme und transnationale Ereignisse.

Bei *transnationaler Öffentlichkeit* handelt es sich immer um *ein graduell*es Phänomen, für deren Existenz sich kein sinnvoller Schwellenwert bestimmen lässt. Strukturen transnationaler Öffentlichkeit können also immer nur in irgendeiner *Form des Vergleichs* beurteilt werden. Dabei sind verschiedene Referenzrahmen denkbar: Einer der traditionsreichsten Forschungszweige ist die komparative Kommunikationswissenschaft. Hier werden die Mediensysteme und Öffentlichkeiten verschiedener Länder oder Kulturräume hinsichtlich bestimmter (normativer) Kriterien verglichen (z. B. Kleinsteuber 2003: 386; Siebert/Peterson/Schramm 1956; Hallin/Mancini 2004; 2012; Blum 2005). Ein weiterer Forschungszweig ist der Vergleich einer Öffentlichkeit zu verschiedenen Zeitpunkten. Auch hier werden die Vergleichskriterien in der Regel von normativen theoretischen Öffentlichkeitsmodellen abgeleitet. Derartige Vergleichsstudien gehen mit einem erheblich größeren Aufwand einher, als einfache Querschnittsstudien, die Öffentlichkeit zu einem bestimmten Zeitpunkt im Hinblick auf normative Kriterien untersuchen. Letztere stellen allerdings den Großteil des Forschungsstandes dar.

Insbesondere in dem Erfordernis einer graduellen Messung begründet sich das besondere *Potential eines Netzwerkansatzes* von (transnationaler) Öffentlichkeit bis hin zu einem netzwerkanalytischen empirischen Ansatz. Ein Großteil des mittlerweile umfangreichen und heterogenen Forschungsstands zu transnationaler Öffentlichkeit bezieht sich auf *den europäischen Rahmen als „easy case“*, in dem transnationale Öffentlichkeit einen Bezug zu konkreten supranationalen Regierungsstrukturen aufweist. Viele der hier gewonnen Erkenntnisse können aber auch auf einen größeren oder sogar

globalen Kontext ausgedehnt werden, auch wenn mit zunehmender Ausdehnung transnationale Öffentlichkeit immer unwahrscheinlicher erscheint.

Nationale, regionale und transnationale Öffentlichkeiten schließen sich nicht gegenseitig aus, sondern existieren nebeneinander, oder verschränken sich sogar ineinander. Im Rahmen eines netzwerkanalytischen Ansatzes lassen sich einzelne Öffentlichkeiten durch eine unterschiedliche Kommunikationsdichte voneinander abgrenzen. Dabei müssten nationale Öffentlichkeiten unter anderem aufgrund der stärkeren externen Integration durch politische und wirtschaftliche Strukturen eine wesentliche höhere Dichte aufweisen als transnationale Öffentlichkeiten.

Bisherige Studien messen transnationale Öffentlichkeit mit *sehr unterschiedlichen Forschungsdesigns*. Untersuchungsgegenstand ist dabei meist die Entgrenzung einzelner nationaler Öffentlichkeiten oder der Ländervergleich in Bezug auf einzelne Aspekte transnationaler Öffentlichkeit. Das erschwert eine prägnante Zusammenfassung der Forschungsergebnisse.

Die für diese Arbeit relevanten Ergebnisse zeigen insgesamt in Richtung einer *Mehrfachsegmentierung transnationaler Öffentlichkeit entlang verschiedener Bruchstellen*. Demnach ist transnationale Öffentlichkeit in verschiedenen *Medien* unterschiedlich stark ausgeprägt. Als Vorreiter gilt die Qualitätspresse gefolgt vom Fernsehen. Neuere Internetmedien werden nur vereinzelt untersucht. Der Grad der transnationalen Öffentlichkeit unterscheidet sich von Land zu Land, wobei westliche Industrieländer und allgemein große und politisch sowie wirtschaftlich mächtige Nationen untereinander stärker transnational integriert zu sein scheinen und auch von anderen Ländern stärker beobachtet und vernetzt werden.

Entlang von *Themen* ist transnationale Öffentlichkeit ebenfalls stark segmentiert. Hier spielen vor allem der Grad der Transnationalisierung politischer Entscheidungsstrukturen und die aktuelle, weltweite Ereignislage eine entscheidende Rolle.

Auch in Bezug auf die am Diskurs beteiligten *Akteure* zeigen sich Unterschiede. Diesbezüglich erscheint transnationale Öffentlichkeit vielfach als ein Elitenphänomen einer hochgebildeten, kompetenten Avantgarde von Akteuren, die aber nicht immer aus dem politischen Zentrum stammen müssen.

Hinsichtlich all dieser Bruchstellen der Segmentierung transnationaler Öffentlichkeit kann *die soziale Netzwerkanalyse (SNA)* ergänzende und detailliertere Informationen liefern. Wie genau integriert sich Öffentlichkeit transnational? Welche konkreten Verbindungen lassen sich zwischen verschiedenen Medien, Inhalten und Akteuren messen? Und wie können diese

Vernetzungsstrukturen normativ bewertet werden? Die verschiedenen Erkenntnisse der *Forschung zur Integration von Öffentlichkeit auf der Angebotsseite* verweisen einerseits auf die *mediale Infrastruktur* und andererseits auf die konkreten *Handlungen verschiedener Akteure*. Ganz allgemein wirkt das Bereitstellen gemeinsamer Themen und kollektiven Wissens integrierend, genau wie die öffentliche Repräsentation von Akteuren. Im Bereich der medialen Infrastruktur wirkt die Mehrfachnutzung verschiedener öffentlicher Arenen sowohl durch Sprecher als auch durch das Publikum integrierend. Auch die Tatsache, dass Medien das gleiche Quellenmaterial von Nachrichtenagenturen nutzen, Inhalte mehrfach verwerten, institutionalisierte Kooperationen eingehen und sich wechselseitig aneinander orientieren hat einen grundlegenden, integrierenden Effekt.

Auf der Ebene der *Medieninhalte* spielen Zitate einzelner Sprecher eine wichtige vernetzende Rolle. An all diesen integrierenden Handlungen sind *verschiedene Akteure* beteiligt. Neben dem Publikum sind das verschiedenste gesellschaftliche und politische Akteure, die versuchen ihre Inhalte in verschiedenen Teilöffentlichkeiten zu platzieren und besonders professionelle Journalisten, die diesbezüglich, zumindest im Kontext der traditionellen Medien, den Löwenanteil der Gestaltung transnationaler Öffentlichkeit übernehmen. Durch das auswählen, prüfen, gewichten und publizieren bzw. vermitteln verschiedener Inhalte sind sie maßgeblich für die transnationale Integration verschiedener Öffentlichkeiten verantwortlich. Diese Vernetzungs- oder Vermittlungsleistungen finden routinemäßig in einem nationalen Rahmen von Öffentlichkeit statt. Überschreiten sie den nationalen Bezugsraum unterliegt ihnen überwiegend eine irgendwie geartete Form der *sprachlichen oder kulturellen Übersetzung*. In diesem Sinne fungieren auch Sprache und Kultur als Integrationsmechanismen.

Die *Forschergruppe um Wessler* verdichtet diese Integrations- und Vermittlungsleistungen für die Analyse von Medieninhalten auf *vier Dimensionen*, entlang derer transnationale Öffentlichkeit integriert oder fragmentiert sein kann.

2.4 Die vier Dimensionen der Integration transnationaler Öffentlichkeit

Im Rahmen des von der DFG geförderten Projekts „Die Transformation von Öffentlichkeit am Beispiel der EU“ (2003-2014) leiten Wessler et al. (2008) aus der theoretischen Diskussion vier inhaltliche Dimensionen der Transnationalisierung von Öffentlichkeit ab. Anschließend untersuchen sie diese

dann in einer themenübergreifenden Inhaltsanalyse sowie zwei Fallstudien anhand von diskursiven Artikeln in Qualitätszeitungen in fünf verschiedenen europäischen Ländern (siehe auch Brüggemann et al. 2006; Wessler/Brüggemann 2012: 90-97). Die Dimensionen nennen sie „*Monitoring Governance*“, „*Discourse Convergence*“, „*Discursive Integration*“ und „*Collective Identification*“ (Wessler et al. 2008: 11; Brüggemann/Hepp/Kleinen-von Königslöw/Wessler 2009: 400-402; Wessler/Brüggemann 2012: 90-94).

Ihre Dimensionen basieren auf einer Konzeptualisierung von transnationaler Öffentlichkeit als einer Verschränkung von nationalen Öffentlichkeitsarenen auf verschiedenen Ebenen. Es handelt sich bei dieser Studie um einen der umfassendsten und differenziertesten Ansätze transnationale Öffentlichkeit theoretisch zu konzeptualisieren und empirisch zu erfassen. Auch wenn die Autoren bei der Beschreibung ihrer Dimensionen nicht explizit auf Integrations- oder Vermittlungsleistungen rekurren, so zeigt sich aber bei näherer Betrachtung, dass die inhaltlichen Dimensionen transnationaler Öffentlichkeit Kontinua von Integration bis hin zu Fragmentierung auf verschiedenen transnationalen Ebenen beschreiben bzw. die in Kapitel 2.3 zusammengefassten Integrations- und Vermittlungsleistungen implizit enthalten (Wessler et al. 2008: 12-19; 25-26; Kleinen-von Königslöw 2010a: 41-75). Zwei der vier Dimensionen enthalten Integrationsleistungen durch Vernetzung. Durch diese Operationalisierung und Messung transnationaler Integrations- und Vermittlungsleistungen erklärt sich die besondere Bedeutung der Studie von Wessler et al. (2008) für diese Arbeit, weshalb ihre vier Dimensionen der Transnationalisierung von Öffentlichkeit in diesem Kapitel vorgestellt werden. Die vier Dimensionen wurden im Rahmen einer weiteren Studie empirisch untersucht. Kleinen-von Königslöw (2010a: 39) wendet sie auf die nationale Ebene an, indem sie mit ihrer Hilfe die Öffentlichkeit in Ost- und Westdeutschland vergleicht: „Damit eine Öffentlichkeit arenen-integriert ist, müssen die Inhalte der in ihr vernetzten Teilöffentlichkeiten Leistungen für die politische Gemeinschaft erbringen, zu denen auch die Vernetzung gehören kann, aber nur als eine unter mehreren möglichen Leistungen.“ Hierfür übersetzt sie die Dimensionen ins Deutsche und passt sie geringfügig an ihren Untersuchungsgegenstand an: „*Beobachtung des Regierens*“, „*Ähnlichkeit der Diskurse*“, „*Vernetzung der Diskurse*“ und „*Kollektive Identität*“. Anstelle eines Prozesses, misst sie nur einen Zeitraum von zwei natürlichen Wochen, also einen kurzen Ausschnitt von Öffentlichkeit. Neben einer Inhaltsanalyse des Politikteils von lokalen und überregionalen Tageszeitungen wendet sie die Dimensionen aber auch auf Fernsehnachrichten an (Kleinen-von Königslöw 2010a: 80-

88). Eine themenübergreifende Inhaltsanalyse, ergänzt sie ebenfalls um zwei themenspezifische Inhaltsanalysen (Kleinen von Königslöw 2010a: 89-96).

Zwei der vier Dimensionen basieren auf einer Vernetzungslogik, eine misst Parallelität, Synchronität und Konvergenz und eine stellt eine Mischform dar. Sie messen entweder horizontale oder vertikale Entgrenzung von Öffentlichkeit. In der *ersten Dimension* gilt Öffentlichkeit als transnational integriert, wenn im Sinne einer vertikalen Entgrenzung *transnationale Regierungsstrukturen* ausreichend in den Blick genommen werden. Hier wird Vernetzung zwischen nationalen Öffentlichkeiten und transnationalen Regierungsstrukturen in den Blick genommen. Im Fall der *zweiten Dimension* sollen *Diskurse* verschiedener Länder ein gewisses Maß an Ähnlichkeit oder sogar *Synchronität* aufweisen, ohne dabei direkt aufeinander verweisen und sich vernetzen zu müssen. Die *dritte Dimension* zielt auf die *diskursive Vernetzung* der öffentlichen Arenen über das gegenseitige Beobachten und Zitieren ab. Hier ist die Vernetzung von Diskursen unmittelbarer Untersuchungsgegenstand. Die *vierte Dimension* betrifft das Entstehen einer gemeinsamen *kollektiven Identität* über nationale Bezugsräume hinweg sowie in Ergänzung zu ihnen. Disbezüglich können sich nationale Öffentlichkeiten in der Verwendung verschiedener kollektiver Identitäten ähneln oder aber überwiegend auf eine übergeordnete kollektive Identität verweisen. Hier findet sich also eine Mischform von Parallelität und Vernetzung.

Im Folgenden soll auf die Operationalisierung der vier Dimensionen sowie die Ergebnisse aus den beiden Studien eingegangen werden. Aufgrund ihrer besonderen Bedeutung für die vorliegende Studie liegt der Schwerpunkt dabei auf den beiden Dimensionen, die einer Vernetzungslogik von öffentlicher Integration folgen. Ihnen wird daher jeweils ein eigenes Kapitel gewidmet, während die beiden anderen Dimensionen nur kurz behandelt werden.

Die *zweite Dimension* der *Diskurskonvergenz* zielt darauf ab, dass in verschiedenen nationalen Arenen dieselben Themen zur gleichen Zeit sichtbar gemacht und diskutiert werden sollen bzw. sich nationale Arenen in Bezug auf Themensichtbarkeit und Themendeutung angleichen sollen, um von transnationaler Öffentlichkeit bzw. einer Transnationalisierung von Öffentlichkeit sprechen zu können (Wessler et al. 2008: 15). Dahinter verbirgt sich wieder vor allem die Transparenzfunktion von Öffentlichkeit (Kleinen-von Königslöw 2010a: 49). Die Annäherung verschiedener nationaler Diskurse wird dabei häufig als das Ergebnis eines gegenseitigen Beobachtungs- und Austauschprozesses angesehen und umgekehrt ist ein Mindestniveau an Ähnlichkeit auch eine Grundvoraussetzung für einen funktionierenden

Austausch und gegenseitige Verständigung (Kleinen-von Königslöw 2010a: 50; Wessler/Brüggemann 2012: 91-92). Diskurskonvergenz wurde in vielen Studien gemessen, aber mit stark abweichenden Operationalisierungen (Wessler/Brüggemann 2012: 91-92). Während die reine Themenennung noch recht eindeutig ist, weichen die verschiedenen Studien bei der Messung von Themendeutung sehr voneinander ab (Wessler et al. 2008: 15). Themendeutung wird beispielsweise als Framing, Problemdefinition, Konfliktlinien oder Diskurskoalitionen gemessen (Wessler et al. 2008: 16; Wessler/Brüggemann 2012: 92). Die beiden Studien unterscheiden sich hier ebenfalls, allein schon aufgrund der Tatsache, dass Wessler et al. (2008) einen Prozess von Öffentlichkeit messen und Kleinen-von Königslöw (2010a) einen kürzeren Ausschnitt. Letztere bezieht sich daher auf Parallelität statt tatsächlicher Konvergenz. Die Forschergruppe um Wessler zieht zwei wesentliche Erkenntnisse aus ihrer Studie im Hinblick auf die zweite Dimension: Erstens sehen sie die an anderer Stelle bereits bewiesene Bedeutung der europäischen Integration für die Diskurskonvergenz erneut bestätigt, aufgrund der unterschiedlichen Ergebnisse der von ihnen untersuchten Fallbeispiele. Zweitens finden sie Anzeichen für einen Einfluss horizontaler Transnationalisierung. In vielen nationalen Arenen werden von nationalen Sprechern vernachlässigte Positionen und Argumente von ausländischen oder internationalen Sprechern in die Arenen eingebracht (Wessler et al. 2008: 175-178). Die Studie von Kleinen-von Königslöw (2010a) bestätigt, dass sich verschiedene nationale Öffentlichkeiten bezüglich der Themenauswahl transnationalisieren, in Bezug auf die Deutung der entsprechenden Themen aber unterscheiden.

Die *vierte Dimension* der *kollektiven Identität* ist sehr komplex und äußerst schwer zu operationalisieren, weil sie immer viel Spielraum für eigene Interpretationen lässt (Kleinen-von Königslöw 2010a: 70; Wessler et al. 2008: 32). Daher ist sie nur Gegenstand weniger systematischer, empirischer Studien. Kollektive Identitäten beziehen sich auf die Zugehörigkeit des einzelnen zu größeren gesellschaftlichen Gruppen. Sie gilt als Fundament demokratischer Legitimierung von Macht (Wessler et al. 2008: 18). Nur wenn sich die Staatsbürger als Teil einer Gemeinschaft auffassen und sich mit dieser identifizieren, besteht die Bereitschaft, die in dieser Gemeinschaft getroffenen Entscheidungen zu akzeptieren, auch wenn sie unter Umständen nicht mit den eigenen Wünschen und Überzeugungen übereinstimmen (Habermas/Derrida 2005: 7). Kleinen-von Königslöw (2010a: 67) weist darüber hinaus darauf hin, dass politische Gemeinschaften gerade in Krisenzeiten, zu denen sie vor allem wirtschaftliche und militärische Krisen

zählt, darauf angewiesen sind, dass ihre Mitglieder ein beständiges Zugehörigkeitsgefühl zu ihrer Gemeinschaft entwickelt haben, dass nicht nur auf einem reinen Nutzenkalkül oder externem Druck beruht. Die vierte Dimension rekurriert also vor allem auf die Orientierungs- oder Integrationsfunktion von Öffentlichkeit.

Mithilfe dieser Dimension soll ermittelt werden, inwiefern sich Mitglieder einer Gesellschaft öffentlich mit transnationalen Kollektiven identifizieren und welche Reichweite diese Kollektive besitzen. Es geht nicht darum eine bestimmte transnationale, beispielsweise europäische, Identität zu bestimmen, die anderen Identitäten, beispielsweise nationalen, vorgezogen wird bzw. diese im öffentlichen Diskurs verdrängt. Individuen können sich mit mehreren verschiedenen kollektiven Identitäten gleichzeitig identifizieren. Teilweise werden kollektive Identitäten erst durch öffentliche Diskurse konstruiert oder durch sie verstärkt (Wessler et al. 2008: 18; Peters 2005). Wessler et al. (2008: 18) operationalisieren kollektive Identitäten anhand der folgenden drei Fragstellungen: Welche Gemeinschaften werden überhaupt im Diskurs artikuliert? Welche Kollektive werden für bestimmte gesellschaftlich relevante Probleme und ihre Lösung verantwortlich gemacht? Und welche kollektiven Werte, gemeinsame historische Erfahrungen und gemeinschaftlichen Traditionen werden in öffentlichen Diskursen genannt? Sie messen kollektive Identität in den drei Sub-Dimensionen *Anerkennung von Kollektiven*, *Ausdruck von Zugehörigkeit zu Kollektiven* und *Äußerung von historischen und kulturellen Gemeinsamkeiten*. Jede Sub-Dimension untersuchen sie anhand eines Indikators. Die erste Sub-Dimension wird mithilfe der in den Artikeln *artikulierten Kollektive* (z. B. die Europäer) erfasst, während der Ausdruck von Zugehörigkeit über *Wir-Referenzen* gemessen wird (z. B. wir Europäer). Für die dritte Sub-Dimension wird der Indikator *Marker kollektiver Identitäten* (z. B. europäische Werte oder gemeinsame historische Erfahrungen) verwendet. Ihre Ansprüche an das Vorkommen dieser Indikatoren halten sie aber recht gering, da gerade im Rahmen von transnationaler Öffentlichkeit mit diffusen Governance-Strukturen eine historisch tiefverwurzelte gemeinsame Identitätsvorstellung eher unwahrscheinlich sei. Kollektive Identitäten sind in diesem Rahmen für den einzelnen mit wesentlich mehr Aufwand verbunden (Wessler et al. 2008: 18, siehe auch Kleinen-von Königslöw 2010a: 68-69).

Aufgrund der schwierigen Operationalisierung und hohen Komplexität der vierten Dimension lassen sich bezüglich der Ergebnisse aus den beiden relevanten Studien nur vorsichtige Rückschlüsse ziehen. Insgesamt zeigen sich hier nur sehr geringe Strukturen transnationaler Öffentlichkeit. Nationale Identitätsbilder dominieren weiterhin die Diskurse, wobei transnationale Identitätsbezüge (z. B. „wir Europäer“) leicht zunehmen und stark von

dem jeweiligen thematischen Kontext abhängig zu sein scheinen. Die politischen Entscheidungsstrukturen und die Verteilung von Kompetenzen, beispielsweise in der EU, scheint also weniger wichtig, als die Tatsache, ob ein Thema kollektive Selbstbilder angreift und in Frage stellt oder nicht (Wessler et al. 2008: 177). Kleinen-von Königslöw (2010a: 71) ergänzt in dieser Dimension noch den Gegensatz von Kultur- und Abgrenzungsgemeinschaften und differenziert den Indikator weiter aus, indem sie eine Bewertungskomponente mit aufnimmt. Verweist ein Sprecher auf gemeinsame Werte oder Traditionen, eine geteilte Geschichte oder Zukunftsvorstellung einer bestimmten Gruppe, so werden Bezüge zu einer Kulturgemeinschaft hergestellt. Distanziert sich ein Sprecher von einer sozialen Gruppe durch Stigmatisierung oder gar Dämonisierung, ist dies ein Hinweis auf eine Abgrenzungsgemeinschaft. Sie findet in ihrer statischen Analyse nationaler Teilöffentlichkeiten ebenfalls eine Dominanz der nationalen kollektiven Identität gegenüber darunter oder darüber (vertikale Transnationalisierung) zu verortenden Gemeinschaften bei insgesamt aber so geringen Fallzahlen, dass sie lediglich beschreiben und keine statistischen Analysen durchführen kann. Im Folgenden werden die beiden Vernetzungsdimensionen ausführlicher vorgestellt.

2.4.1 Beobachtung des Regierens

Die *erste Dimension Monitoring Governance* bzw. *Beobachtung des Regierens* beschreibt, inwiefern Regierende und Regierungshandeln im öffentlichen Diskurs für die Regierten, also die Bürger, sichtbar sind bzw. sichtbar gemacht werden (Wessler et al. 2008: 12-13). Damit bezieht sich diese Dimension vor allem auf die Transparenzfunktion von Öffentlichkeit (Kleinen-von Königslöw 2010a: 42-44). Sie wird als die basalste der vier Dimensionen angesehen (Wessler et al. 2008: 40; Kleinen-von Königslöw 2010a: 41). Die Forschergruppe um Wessler untersuchen mithilfe dieser Dimension vor allem vertikale Entgrenzung von Öffentlichkeit (Wessler et al. 2008: 70; Wessler/Brüggemann 2012: 90). Die erste Dimension ermöglicht aber durchaus auch die Analyse horizontaler Entgrenzungsprozesse, wenn neben dem Regierungshandeln auf supranationalen Ebenen auch Regierungsprozesse in anderen Ländern auf der nationalen Ebene gemessen wird.

Die erste Dimension kann mithilfe ganz unterschiedlicher Indikatoren operationalisiert werden, die jeweils eine unterschiedliche Beobachtungsinten-

sität repräsentieren (Kleinen-von Königslöw 2010a: 45). Der häufigste Indikator ist, *die politischen Ebenen* als Gegenstand der Berichterstattung oder Diskussion zu messen, entweder als (Haupt-)Thema oder per Verweis. Darüber hinaus werden auch häufig *Sprecher* erfasst und die von ihnen vertretene politische Ebene bestimmt (Kleinen-von Königslöw 2010a: 45). Im Rahmen des Europub-Projekts wurden ergänzend zu den Sprechern auch noch die *Adressaten* öffentlicher Aussagen und Forderungen erhoben (Koopmans/Statham 2010a: 55).

Die reine Erwähnung und Kontextverortung von Regierenden und ihrem Handeln (Transparenzfunktion) liefert einen ersten wichtigen Eindruck, inwiefern Regierungshandeln auf den verschiedenen transnationalen Ebenen überhaupt wahrgenommen wird. Nimmt man darüber hinaus auch die Art der Erwähnung in den Blick, sind zusätzlich Aussagen über die Art und den Grad der Auseinandersetzung möglich (Validierungsfunktion). Bei der Beurteilung der ersten Dimension sind laut Wessler et al. (2008: 13-14) zwei Aspekte relevant: Erstens betonen sie, dass es sich um eine überzogene Erwartungshaltung handelt, anzunehmen, dass die mediale Aufmerksamkeit auf transnationaler Ebene größer oder gleich der Aufmerksamkeit für nationale Regierende oder nationales Regierungshandeln sei. Die *Reihenfolge der Häufigkeit der Erwähnung der verschiedenen Ebenen* sollte sich stattdessen eher an der Reichweite der tatsächlichen Einflussebene von Regierungshandeln orientieren. Das heißt die nationale ist der internationalen und diese beiden wiederum der supranationalen Ebene überlegen. Kleinen-von Königslöw (2010a: 49; 108) berücksichtigt diesen Aspekt ebenfalls. Zweitens betonen Wessler et al. (2008: 13-14) die *besondere Bedeutung des Bezugs der Berichterstattung*. Wenn transnationale Regierende oder ihr Handeln lediglich in Zusammenhang und mit Auswirkungen auf die eigene Nation berichtet werden, dann kann nicht von einer Beobachtung des Regierens in einem wirklich transnationalen Sinn gesprochen werden. Es muss wirklich transnationales Regieren im Zentrum der Berichterstattung oder Diskussion stehen (Wessler et al 2008: 14).

Kleinen-von Königslöw (2010a:45-46) nennt für die *Bewertung* ihrer Ergebnisse *vier mögliche Vorgehensweisen*: die Null-Hypothese, der Vergleich über die Zeit, der Arenen-interne Vergleich und der externe Vergleich. Im Rahmen der Null-Hypothese ginge der Forscher von einer generellen Nicht-Existenz dieses Indikators aus. Die Hypothese wäre demnach bei der geringsten Messung von Beobachtung des Regierens bereits widerlegt und die Existenz einer transnationalen Öffentlichkeit auf dieser Ebene bereits bewiesen. Der zeitliche Vergleich erfordert eine Längsschnittanalyse. Eine entsprechende Zunahme von Regierungsbeobachtung bedeutet

dann eine Transnationalisierung von Öffentlichkeit. Beim Arenen-internen Vergleich werden zusätzlich zu Indikatoren der entsprechenden Dimension noch weitere Aspekte in Bezug auf die gleiche öffentliche Sphäre gemessen und ihre Ausprägungen miteinander verglichen, wie z. B. der Anteil der Beobachtung transnationalen Regierens mit dem Anteil nationalen Regierens (Kleinen von Königslöw 2010a: 46). Im Rahmen des externen Vergleichs werden externe Indikatoren aus der Wirtschaft (z. B. Wirtschaftskraft der Länder anhand des Bruttosozialprodukts) und der Politik (z. B. Anzahl nationaler und transnationaler Rechsstake/Anzahl Beamter) als Bewertungsmaßstab herangezogen, um so beispielsweise die Integration der Öffentlichkeit mit politischer und wirtschaftlicher Integration zu vergleichen. Sie kombiniert in ihrer Analyse die Null-Hypothese mit dem arenen-internen Vergleich (Kleinen von Königslöw 2010a: 46-49).

Die beiden relevanten Studien weichen bei der Operationalisierung der ersten Dimension voneinander ab und passen ihre Indikatoren der jeweiligen Studienart und dem abweichenden Untersuchungsgegenstand an. Ihre Ergebnisse lassen sich im Folgenden daher nicht vergleichend gegeneinander abwägen, sondern werden für die vorliegende Studie zusammengeführt. Wessler et al. (2008: 30) differenzieren die erste Dimension in zwei Sub-Dimensionen: „*Visibility of political institutions*“ und „*Attention to policymaking*“. Als Indikator für die erste Sub-Dimension werden alle in den Artikeln erwähnten Institutionen (z. B. EU-Institutionen) erfasst und ihre nationale bzw. transnationale Ausdehnung bestimmt. Für die zweite Dimension werden die Thematisierung politischer Handlungen, Entscheidungen und Maßnahmen an prominenter Stelle der Artikel (Artikelüberschrift und erstem Absatz) und ihr geografischer Bezug analysiert. Wessler et al. (2008) fokussieren auf Europa- bzw. EU-Politik, messen aber auch Westernisierung.

Allgemein zeigen ihre Ergebnisse bezüglich der ersten Dimension Monitoring Governance/Beobachtung des Regierens einen Trend in Richtung einer Transnationalisierung über die untersuchten zwei Dekaden hinweg. Im Rahmen der ersten Sub-Dimension verdoppeln sich die Erwähnungen von EU-Institutionen. Es werden zwar immer noch fast doppelt so häufig nationale Institutionen genannt als transnationale, aber immerhin 17 bzw. 30 Prozent der untersuchten Artikel enthielten im Jahr 2003 eine Referenz zu einer internationalen bzw. EU-Institution (Wessler et al. 2008: 41). Sie interpretieren ihre Ergebnisse als klaren Trend zu einer Europäisierung, während sie keine westlichen oder globalen Entgrenzungstendenzen finden können. Auffällig ist bei dieser Dimension auch, dass Qualitätszeitungen in ihrer Berichterstattung oft nicht gründlich zwischen den verschiedenen EU-Institutionen unterscheiden. Am häufigsten ist die Rede von „der EU“ all-

gemein oder „der Kommission“, während andere Institutionen wie das Europäische Parlament oder der Europäische Rat weniger beachtet werden (Wessler et al. 2008: 43).

Hinsichtlich der zweiten, anspruchsvolleren Sub-Dimension zeigt sich dagegen kaum eine zunehmende Europäisierung. Weniger als ein Zehntel der untersuchten Artikel fokussiert primär auf EU-Politik. Wessler et al. (2008: 43) diagnostizieren hier ein moderates Europäisierungsniveau, ohne dass sich die Routineberichterstattung der nationalen Qualitätspresse nennenswert verändert hätte. Ein Kommunikationsdefizit auf europäischer Ebene besteht also weiterhin. Betrachtet man die Artikel, in denen die EU-Ebene im Vordergrund steht, genauer, so fällt auf, dass EU-Politik hier meist als Störfaktor für nationale Politik genannt wird bzw. als marginales Thema, anstatt dass EU-Politik und Regierungshandeln ausführlich diskutiert werden. Diese Ergebnisse zeigen also eine gestiegene Bedeutung der EU-Politik für nationales Regieren, sorgen aber weniger für die Lösung des Problems eines transnationalen Öffentlichkeitsdefizits. Die öffentliche Aufmerksamkeit hinkt nach wie vor der Verschiebung von politischer Entscheidungsmacht hinterher (Wessler et al. 2008: 44; Wessler/Brüggemann 2012: 90).

Ihre Ergebnisse zeigen darüber hinaus aber, dass zusätzlich, trotz des Fehlens supranationaler Regierungsstrukturen (EU/Europäisierung) auf dieser Ebene, internationale Politik durchaus häufiger im Fokus der von ihnen untersuchten Artikel steht, als europäische. Sie schlussfolgern bezüglich der Dimension Monitoring Governance:

“The communication deficit of the EU is therefore not characterized by a general lack of attention to the EU, but by the predominantly domestic orientation of public discourses. In most cases, EU policies become an issue when they ‘hit home’. They are embedded in domestic structures of political contestation, while their formulation, negotiation, and adoption at the European level is far less subject to public scrutiny.” (Wessler et al. 2008: 45)

Neben der rein deskriptiven Erfassung der oben genannten Sub-Dimensionen, testen Wessler et al. (2008: 70-73) verschiedene politische und medienbezogene Einflussfaktoren wie EU-Skeptizismus der Bevölkerung, Beitrittszeitpunkt eines Landes zur EU, Anzahl der Auslandskorrespondenten in Brüssel einer Qualitätszeitung, die Einstellung der Herausgeber zur EU-Berichterstattung und der für die EU-Berichterstattung reservierte Raum innerhalb der Zeitung, auf die Beobachtung nationalen bis transnationalen

Regierens.¹⁶ Die Wahrscheinlichkeit, dass in einem Artikel EU-Institutionen genannt werden (Erste Sub-Dimension) steigt mit jedem Analysejahr (Wessler et al. 2008: 70). Nur zwei der Einflussfaktoren, europäische Ausrichtung einer Zeitung und Raum der EU-Berichterstattung, führen verstärkt zu der Nennung europäischer Institutionen. Und Zeitungen aus Ländern mit einer EU-skeptischeren Bevölkerung nennen signifikant häufiger EU-Institutionen (Wessler et al. 2008: 70). Auf die zweite Sub-Dimension, der Fokus auf EU-Politik einzelner Artikel, hat die Kontrollvariable des Analysejahres den größten Einfluss. Genau wie die Nennung von EU-Institutionen, nimmt auch der Fokus auf EU-Politik von 1982 bis 2003 zu, sogar stärker als die reine Erwähnung von EU-Institutionen (Wessler et al. 2008: 71). Darüber hinaus hat vor allem der Beitrittszeitpunkt eines Landes in die EU einen Einfluss auf den Fokus auf EU-Politik. Zeitungen aus Ländern, die schon länger Mitglied der EU sind, fokussieren eher auf EU-Politik. Auch die europäische Ausrichtung einer Zeitung und der für die EU-Berichterstattung vorgesehene Raum erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass der Artikel sich auf EU-Politik konzentriert (Wessler et al. 2008: 72).

Kleinen-von-Königslöw (2010a) operationalisiert die erste Dimension anhand von vier Indikatoren die jeweils entlang der drei politischen Bezugsebenen bestimmt werden: „*Nennung politischer Institutionen*“, „*Nennung politischer Hauptakteure*“, „*Berichterstattung über Themen*“ und „*Zitieren politischer Sprecher*“. Die Ergebnisse zu den einzelnen Indikatoren prüft sie dann anhand der zwei Bedingungen, ob sie überhaupt vorkommen und ob die Rangfolge der erwähnten politischen Ebenen dem tatsächlichen Machteinfluss entspricht. In Bezug auf den *ersten Indikator*, das Nennen von politischen Institutionen, erfüllen die Ergebnisse von Kleinen-von Königslöw (2010a: 108-114), weitestgehend die von ihr aufgestellten beiden Bedingungen und somit die Kriterien für eine arenen-integrierte Öffentlichkeit. In allen untersuchten Medien bzw. Teilöffentlichkeiten werden in über einem Prozent der Beiträge politische Institutionen genannt. Während regionale und nationale Institutionen gut repräsentiert sind, wird die Ein-Prozent-Hürde für EU-Institutionen von einigen Medien nur knapp übertroffen.

¹⁶ Zur Bestimmung des Einflusses der verschiedenen Faktoren führen Wessler et al. (2008) logistische Regressionen durch. Die Daten für die Einflussfaktoren stammen aus kurzen Telefoninterviews mit den Journalisten der untersuchten Zeitungen, der Eurobarometer-Umfrage und von verschiedenen Statistik-Instituten. Die europäische Ausrichtung einer Tageszeitung und der für die EU-Berichterstattung reservierte Raum wurden in einem Index zusammengeführt (Wessler et al. 2008: 60-61).

TV-Nachrichten und die Boulevardpresse erreichen nur einen Anteil von 2 Prozent (Kleinen-von Königslöw 2010a: 110-111). Die zweite Bedingung wird nicht von allen untersuchten Medien erfüllt. Besonders regionale Medien kennzeichnet eine Überbetonung regionaler politischer Institutionen gegenüber den anderen Ebenen.

Mittels Varianzanalysen ergründet Kleinen-von Königslöw (2010a: 111-114) den Einfluss verschiedener medienübergreifenden Erklärungsfaktoren¹⁷ auf die beiden Indikatoren. Das Hauptthema eines Beitrags erweist sich über verschiedene Indikatoren hinweg als der wichtigste Einflussfaktor, unabhängig von der politischen Ebene. Nationale Institutionen werden am häufigsten in Artikeln zur deutschen Außenpolitik sowie zur Bundespolitik und vereinzelt zur Regionalpolitik genannt. Die höchste Erklärungskraft zeigt dieser Faktor aber in Bezug auf die europäische Ebene. EU-Institutionen finden sich am häufigsten in Beiträgen zur EU-Politik. Auch die Darstellungsform hat einen Einfluss, da besonders nationale Institutionen in Kommentaren und Interviews erwähnt werden, was darauf schließen lässt, dass diese politische Ebene intensiver diskutiert wird. Auch die Zielgruppe bzw. Ausrichtung eines Mediums spielt bezüglich nationaler und europäischer Institutionen eine wichtige Rolle. Je weiter die Ausrichtung desto häufiger wird über nationale oder sogar europäische Institutionen berichtet (Kleinen-von Königslöw 2010a: 111-113).

Hinsichtlich des zweiten Indikators wird zwar die zweite Bedingung der Reihenfolge erfüllt, aber nicht alle Ebenen von Akteuren werden überhaupt ausreichend erwähnt. Insbesondere regionale Akteure sind in nationalen Medien unterrepräsentiert. Im Rahmen der Varianzanalyse zeigt nur das Beitragsthema einen messbaren Einfluss. Hauptakteure auf der europäischen Ebene finden sich wieder vor allem in Beiträgen zur EU-Politik und nationale Akteure in Beiträgen zur internationalen Politik, zur Politik anderer Länder, zur Bundespolitik sowie vereinzelt auch zur EU-Politik. Kommentare und Interviews enthalten neben nationalen Institutionen auch mehr nationale Hauptakteure, was die These von einer intensiveren Auseinandersetzung mit dieser politischen Ebene bestätigt (Kleinen-von Königslöw 2010a: 114-117).

Der dritte Indikator, die Nennung des Hauptthemas eines Beitrags auf den drei politischen Ebenen, zeigt ähnliche Resultate, wie bereits der zweite

¹⁷ Mediengattung (Fernsehen oder Zeitung), Zielgruppe/Ausrichtung (regional oder national), Landesteil der Produktion (Ost- oder Westdeutschland), Beitragsquelle (eigene Redaktion, Nachrichtenagentur etc.), Darstellungsform (Kommentar, Meldung, Interview etc.) und das Hauptthema des Beitrags. Letzteres nur für die Indikatoren eins, zwei und vier.

Indikator. Die zweite Bedingung der richtigen Rangfolge wird durchweg erfüllt, während nicht alle Medien die Mindestschwelle für Hauptthemen auf allen politischen Ebenen überschreiten. Nur 45 Prozent der untersuchten Beiträge befassten sich primär mit einem politischen Thema im engeren Sinne. In den restlichen Beiträgen standen Themen zu Gesellschaft und Wirtschaft (23 Prozent), Unterhaltung (16 Prozent) und Angstthemen (v. a. Kriminalität, 15 Prozent) im Vordergrund. Es zeigt sich eine große Bandbreite an Hauptthemen. Insgesamt schneidet die EU-Ebene bei den Themen der Beiträge etwas besser ab, als bei den genannten Hauptakteuren, aber vor allem die Boulevardpresse und die regionalen Fernsehnachrichten zeigen zu wenige Beiträge mit Fokus auf die EU und national ausgerichtete Medien berichten zu wenig über regionale Themen. Beiträge über die Politik in anderen Ländern dominiert vor allem die Berichterstattung der überregionalen Qualitätszeitungen. Insgesamt befassen sich fast 17 Prozent der Artikel aus der deutschen Qualitätspresse mit ausländischer Politik, was für eine starke horizontale aber weniger starke vertikale Integration spricht.

Die Ergebnisse zum vierten Indikator zeigen ein heterogenes Gesamtbild hinsichtlich beider Bedingungen. Die Qualitätszeitungen zitieren insgesamt die meisten Sprecher gefolgt von den öffentlich-rechtlichen Fernsehnachrichten. Die Regional- und Boulevardzeitungen bilden diesbezüglich das Schlusslicht. Alle untersuchten Medien zitieren zu wenig Sprecher von mindestens einer politischen Ebene. So zitieren nur die Qualitätszeitungen in mehr als einem Prozent ihrer Beiträge EU-Sprecher, während alle anderen Medien unter diesem Wert bleiben.

Abschließend resümiert Kleinen-von Königslöw (2010a: 126-129) zur ersten Dimension der Beobachtung des Regierens, dass nicht nur Qualitätszeitungen für die vertikale Integration von Öffentlichkeit sorgen, sondern auch regionale Medien. Aber je anspruchsvoller der Indikator ist, desto geringer fällt der Integrationsgrad aus. Und während die Transparenzfunktion für diese Dimension für die nationale Ebene durchgehend erfüllt wird, ist die europäische Ebene unterrepräsentiert. Besonders eklatant ist dieses Defizit, wenn in Form der Sprecher auch die Validierungsfunktion mitberücksichtigt wird. Entlang dieser Dimension ist die Arenen-Integration von Öffentlichkeit im Rahmen ihrer Studie also nur eingeschränkt gegeben.

Aus beiden Studien zusammengefasst lässt sich für die erste Dimension transnationaler Öffentlichkeit schlussfolgern, dass transnationales Regieren auf einer basalen Ebene in Form der Nennung von transnationalen Institutionen zwar sichtbar gemacht wird, anspruchsvollere Indikatoren wie transnationale Akteure, Themen und Sprecher aber nicht immer ausreichend in

der öffentlichen Kommunikation repräsentiert sind. Auch geht die Berichterstattung selten über die reine Nennung hinaus. Transnationale Institutionen, Akteure, Themen und Sprecher sind eher selten Gegenstand von ausführlichen Diskussionen und werden in ihrer Bedeutung meist national eingebettet.

2.4.2 Diskursive Integration bzw. Vernetzung der Diskurse

Die *dritte Dimension der Diskursiven Integration* bzw. der *Vernetzung der Diskurse* basiert zum Teil auf der zweiten Dimension. Die Parallelität oder das Angleichen der Diskurse legt die Grundlage für das Initiieren von Gesprächen und gegenseitigen Bezugnahmen, die Gegenstand der dritten Dimension sind (Wessler et al. 2008: 16; Kleinen-von Königslöw 2010a: 51). Die Diskursive Integration rekurriert auf die sozialräumliche Ausdehnung von öffentlichen Sphären, indem es „actual discursive exchange across borders“ (Wessler et al. 2008: 17) in den Blick nimmt. Die Vorstellung von öffentlichen Diskursen als Netzwerken schwingt dabei mit. Ungeachtet der tatsächlichen Teilnehmer an einem Diskurs, wird durch verschiedene inhaltliche Verweise auf Territorien und Gemeinschaften ein sozialer Bezugsraum aufgespannt (Kleinen-von Königslöw 2010a: 225). Die dritte Dimension fokussiert auf die horizontale Transnationalisierung von Öffentlichkeit (Wessler et al. 2008: 45; Kleinen-von Königslöw 2010a: 58-59; Wessler/Brüggemann 2012: 91).

Bestandteil dieses Austauschs können Meinungen und Argumente sein, die aus anderen nationalen und transnationalen Öffentlichkeiten in die Heimatöffentlichkeit aus verschiedenen Gründen integriert werden. Nach Wessler et al. (2008: 17) findet dieser Austausch in der massenmedialen Berichterstattung konkret über die Nennungen der observierten Länder und die Aussagen zitierter Sprecher statt. Das kann zum einen geschehen, um die eigene Position zu untermauern, oder aber um sich explizit von den Positionen der Sprecher abzugrenzen. Ein weiterer potenzieller Grund ist der Import neuer Ideen und Meinungen. Im Idealfall resultiert aus einer erfolgreichen diskursiven Integration gegenseitiges Verständnis, die Versöhnung gegensätzlicher Interessen, Kompromissbereitschaft und eine grenzüberschreitende Solidarität. In diesem Sinne bezieht sich die dritte Dimension auf Leistungen, sowohl der Transparenz- als auch der Orientierungs- bzw. Integrationsfunktion (Kleinen-von Königslöw 2010a: 58).

Auch bezüglich der Bewertung der dritten Dimension vertreten Wessler et al. (2008: 17) eine gemäßigte Ansicht: Es ist unmöglich, dass ungeachtet des Herkunftslandes eines Mediums in der transnationalen Öffentlichkeit die

beobachteten Länder und zitierten Sprecher identisch sind. Ziel sollte stattdessen sein, dass die in der Öffentlichkeit beobachteten Länder und Sprecher die gesamte transnationale Öffentlichkeit umfassen, die thematisiert wird. Im Fall der EU sollten also alle EU-Länder und für die EU relevanten transnationalen Sprecher im öffentlichen Diskurs beobachtet werden und zu Wort kommen (Wessler et al. 2008: 17). Kleinen-von Königslöw (2010a: 60-61) weist daraufhin, dass es vermutlich unrealistisch ist, dass sich alle Öffentlichkeitsphären miteinander verbinden. Sie postuliert deshalb, dass zumindest „die wichtigsten Spaltungslinien einer Gesellschaft überbrückt werden“ müssen (Kleinen-von Königslöw 2010a: 60).

Diskursive Vernetzung wird in verschiedenen Studien untersucht und dabei sehr unterschiedlich operationalisiert, wobei jeweils andere Vernetzungsformen im Fokus stehen. Eher enger gefasst wird diese Dimension im Rahmen des Europub-Projekts. Die Konnektivität wird hier mithilfe grenzüberschreitendem „claim-making“ (Koopmans/Statham 2010a: 53-59) operationalisiert. Zu diesem Zweck werden die genauen Verbindungen eines Sprechers zu den von ihm genannten Akteuren in anderen Ländern als Vernetzung erfasst. Je mehr dieser grenzüberschreitenden claims zwischen zwei nationalen Arenen vorkommen, desto vernetzter und somit transnationaler sind sie. Über claim-making wird aber nur eine unidirektionale Vernetzung bestimmt, da nicht gesichert ist, dass der genannte Akteur den claim auch wahrnimmt (Wessler et al. 2008: 31). Weiter gefasst wird diskursive Vernetzung, wenn allgemein Sprecher und die von ihnen adressierten Ebenen bzw. Länder analysiert werden. Wessler et al. (2008: 30) messen diskursive Integration anhand der beiden Sub-Dimensionen „gegenseitige Beobachtung“ anhand des in den untersuchten Artikeln genannten geografischen Fokus¹⁸ und die Sub-Dimension „diskursiver Austausch“ über die beiden Indikatoren diskursive Referenzen, in Form von direkten und indirekten Zitaten ausländischer und supranationaler Akteure, und diskursive Beiträge, in Form von Interviews und Gastbeiträgen ausländischer und supranationaler Akteure (Wessler et al. 2008: 30).

Für keinen der in dieser Dimension untersuchten Indikatoren finden Wessler et al. (2008:45) einen klaren Trend zu Europäisierung oder Westernisierung. Allerdings ist die ermittelte Integration anderer Länder und Sprecher in den eigenen nationalen Diskurs generell auf einem hohen Niveau. Insgesamt zeigt jeder zweite Artikel des Samples einen transnationalen geografischen Fokus, ungeachtet des Untersuchungsjahres. Zu den vier verschiedenen Messzeitpunkten (1982, 1989, 1996, 2003) liegt der Anteil an Artikeln, die auf die eigene Nation fokussieren bei rund 50 Prozent, während der Fokus auf andere europäische Länder nur leicht um die 20-Prozent-

¹⁸ Gemessen über den Anteil an Artikeln, die die sich in ihrem Titel oder ersten Absatz auf die Politik in anderen Ländern beziehen.

Marke schwankt. Der Anteil der Artikel, die sich auf die USA konzentrieren steigt leicht von 9 auf 17 Prozent. Wessler et al. (2008: 46) schlussfolgern diesbezüglich, dass sich die Veränderungen auf große internationale Ereignisse zurückführen lassen, die politische Agenda der EU aber keinen Einfluss auf den geografischen Fokus der Artikel zu haben scheint. Dennoch observieren die untersuchten Qualitätszeitungen das jeweilige Ausland intensiv, auch wenn sie sich dabei nicht primär auf die EU konzentrieren. In den durchschnittlich 18 Prozent von Artikeln mit EU-Fokus stehen vor allem die mächtigen EU-Mitgliedsländer Großbritannien, Frankreich und Deutschland im Zentrum der Aufmerksamkeit (Wessler et al. 2008: 45-47).

Auch der diskursive Austausch zeigt keinen Transnationalisierungstrend. Im Vergleich zu den Ergebnissen der ersten Dimension von Transnationalisierung, spielen die EU-Akteure (hier: Mitglieder der Kommission, Beamte und Funktionäre, Pressesprecher) eine noch geringere Rolle. Auf sie wird zwar offensichtlich häufig passiv Bezug genommen, aber aktiv als Sprecher (diskursive Referenzen) spielen sie mit einem konstanten Anteil von unter fünf Prozent nur eine marginale Rolle.

Demgegenüber verbirgt sich hinter jeder zweiten diskursiven Referenz ein Sprecher aus einer anderen Nation. Also stammen in den untersuchten Medien die Hälfte aller Sprecheraussagen aus dem Ausland, wobei dies nur in rund 17 Prozent der Fälle Sprecher aus dem europäischen Ausland sind. Auch der Anteil von US-amerikanischen Sprechern liegt stabil bei rund 10 Prozent (Wessler et al. 2008: 47-48). Die Forschergruppe um Wessler schlussfolgert diesbezüglich: „Consider-ing the overall level of discursive references from European countries, we find no strong indications for a distinctly European discourse. Public discourses tend to expand into the wider world rather than limiting themselves to Europe.” (Wessler et al. 2008: 48)

Während sie häufig als Sprecher genannt werden, wird transnationalen Akteuren nur selten die Gelegenheit eingeräumt ihre Positionen und Meinungen ausführlicher in Interviews oder Gastbeiträgen darzustellen. Obwohl jeder vierte untersuchte Artikel einen derartigen diskursiven Beitrag darstellt, handelt es sich in 82 Prozent der Fälle um Verfasser aus dem Heimatland des Mediums und demnach nur in 18 Prozent der Fälle um grenzüberschreitende diskursive Beiträge. Allerdings zeigt sich hier ein sehr leichter Europäisierungstrend, indem die Beiträge von Verfassern aus dem europäischen Ausland im Untersuchungszeitraum von zwei auf neun Prozent ansteigen. Diskursive Referenzen zeigen folglich einen höheren Grad transnationaler diskursiver Integration auf, als diskursive Beiträge (Wessler et al. 2008: 49).

Analog zu der ersten Dimension transnationaler Öffentlichkeit werden Regressionsmodelle mit verschiedenen Erklärungsfaktoren (Macht und

Größe eines Landes, Identifizierung mit der EU und Anzahl Korrespondenten im Ausland) auf diskursive Integration gerechnet. Es bestätigten sich Ergebnisse voriger Studien, indem vor allem kleinere und weniger mächtige Länder stärker dazu tendieren über andere EU-Länder zu berichten und mehr Sprecher aus anderen europäischen Ländern zu Wort kommen lassen. Und auch die Zahl der Auslandskorrespondenten hat einen positiven Einfluss auf die in dieser Dimension gemessene Transnationalisierung, während die Stärke der Identifizierung mit der EU keinen Einfluss zu haben scheint. Interessanterweise hat auch die Kontrollvariable des Fokus auf EU-Politik einen positiven Einfluss. Artikel, in denen EU-Politik im Vordergrund steht, fokussieren auch vermehrt auf andere europäische Länder oder zitieren vermehrt Sprecher aus diesen Ländern: Vertikale Transnationalisierung scheint also horizontale Transnationalisierung zu fördern, aber sie müssen nicht notwendigerweise miteinander einhergehen (Wessler et al. 2008: 73-74).

Insgesamt zeigt sich in der dritten Dimension der „diskursiven Integration“ in der Studie von Wessler et al. (2008) ein hohes, aber stagnierendes Niveau der horizontalen Transnationalisierung (Wessler/Brüggemann 2012: 91). Die Forschergruppe um Wessler diagnostiziert der dritten Dimension die größten Defizite einer europäischen Öffentlichkeit. Sie vermuten, dass das hohe Niveau transnationaler Öffentlichkeit in dieser Dimension vor allem auf journalistische und redaktionelle Routinen und Selektionsmechanismen zurückzuführen ist und weniger den tatsächlichen politischen und ökonomischen Entwicklungen folgt (Wessler et al. 2008: 183-184).

Kleinen-von Königslöw (2010a: 62) spricht demgegenüber von „Vernetzung der Diskurse“ anstelle von „Diskursiver Integration“. Da sie nur deutsche Teilöffentlichkeiten untersucht und miteinander vergleicht, bezieht sich Vernetzung bei ihr vorrangig auf verschiedene deutsche Regionen und Landesteile. Erneut bewertet sie ihre Ergebnisse entlang von zwei Bedingungen für die Erfüllung der Integrationsfunktion: Erstens sollen in allen regionalen Öffentlichkeitsarenen Artikel, Themen, Hauptakteure und Sprecher aus dem anderen Landesteil (Ost- vs. Westdeutschland) enthalten. Und zweitens soll das Verhältnis zwischen den Verweisen auf Ost- oder Westdeutschland in den untersuchten Arenen der Bedeutung der beiden Landesteile für die politische Gesamtgemeinschaft entsprechen (Kleinen-von Königslöw 2010a: 63-64). Die Vernetzung misst sie über die drei Indikatoren geografische Bezugnahmen, Herkunft der Hauptakteure und Herkunft der zitierten Sprecher. Für jeden Indikator stellt sie den Anteil an Artikeln fest, in denen er in den verschiedenen Ausprägungen enthalten ist und ermittelt dann mithilfe von Varianzanalysen Einflussfaktoren auf die Indikatoren. Im Vergleich der vier Dimensionen zeigen ihre Ergebnisse in Bezug auf die

dritte Dimension die größte Arenen-Integration (Kleinen-von Königslöw 2010a: 238).

Als geografische Bezugnahmen erfasst sie alle Verweise auf verschiedene Regionen (eigene Region, westdeutsch, ostdeutsch, national) in der Überschrift, dem Lead oder dem ersten Absatz eines Artikels. Für diesen Indikator erfüllen alle untersuchten Medien beide Bedingungen. Als Faktoren zeigen vor allem die Themenkategorien und die Mediengattung einen hohen Einfluss auf die Nennung von geografischen Bezugnahmen. Zusammenfassend sieht Kleinen-von Königslöw (2010a: 230-231) für diesen Indikator die Gesamtöffentlichkeit als arenen-integriert an.

Der zweite Indikator (der Herkunft) der Hauptakteure kommt im Gegensatz zum ersten Indikator seltener in den Artikeln vor. Im Allgemeinen wiederholen sich aber hier die Ergebnisse, die bereits in Bezug auf den ersten Indikator festgestellt werden konnten. Die erste Bedingung erfüllen alle untersuchten Medien. Hinsichtlich der zweiten Bedingung zeigen einige Teilöffentlichkeiten eine Überbetonung ostdeutscher Hauptakteure, gemessen an der politischen Bedeutung des Landesteils. Wichtigster Einflussfaktor ist wieder die Themenkategorie der einzelnen Beiträge, gefolgt von der Ausrichtung eines Mediums. Kleinen-von Königslöw (2010a: 234) kann auch bezüglich des zweiten Indikators keine Anzeichen für eine Fragmentierung der deutschen Öffentlichkeit feststellen.

Der dritte untersuchte Indikator, die Herkunft der Sprecher (eigene Region, westdeutsch, ostdeutsch, national) ist der anspruchsvollste. Diesbezüglich erfüllen die Regionalmedien zwar die erste Bedingung, indem sie Sprecher aus allen Regionen zitieren, aber die zweite Bedingung der Gewichtung entsprechend der politischen Bedeutung bleibt unerfüllt. Die nationalen Medien werden beiden Bedingungen gerecht. Auf das Zitieren von Sprechern aus anderen Landesteilen hat die Darstellungsform und nicht das Thema des Beitrags den größten Einfluss, was vor allem auf den größeren Raum für Zitate in längeren Nachrichtenberichten zurückzuführen ist. Sprecher aus dem eigenen Landesteil kommen nicht wie bei den beiden vorigen Indikatoren im Kontext von Angstthemen oder Regionalpolitik zu Wort, sondern in Artikeln zu Wirtschaft und Gesellschaft. Auch in Bezug auf den dritten Indikator schlussfolgert Kleinen-von Königslöw (2010a: 238), dass die Arenen-Integration der deutschen Öffentlichkeit nicht gefährdet ist.

Über die beiden vorgestellten Studien hinweg, ungeachtet der leicht abweichenden Operationalisierung, weist die dritte Dimension der „Diskursiven Integration“ bzw. der „Vernetzung des Diskurses“ einen hohen Integrationsgrad nationaler und transnationaler Öffentlichkeiten auf. Das ist bemerkenswert, auch wenn es über die Zeit keinen Anstieg auf transnationaler Ebene zu verzeichnen gibt. Horizontal erscheint Öffentlichkeit hier also sowohl auf nationaler als auch auf transnationaler Ebene integrierter zu sein,

als vertikal. In Bezug auf die dritte Dimension wären noch weitere Vernetzungsindikatoren denkbar und an diese Dimension erscheint auch eine netzwerkanalytische Auswertung der Ergebnisse am anschlussfähigsten zu sein.

In beiden Studien gilt, je ausgeprägter die Dimensionen in einer öffentlichen Sphäre empirisch messbar sind, desto integrierter ist diese Öffentlichkeit (Kleinen-von Königslöw 2010a: 76). Dennoch gilt auf keiner der vier Dimensionen im Hinblick auf die Bewertung der Qualität von Öffentlichkeit eine reine Maximierungslogik. Weder eine besonders ausgeprägte Beobachtung des transnationalen Regierens, noch eine komplette Parallelität öffentlicher Diskurse in verschiedenen Ländern, noch der kollektiven Identität, noch eine totale Vernetzung von Diskursen verschiedener Länder sind per se wünschenswert für eine funktionierende transnationale Öffentlichkeit. Die Dimensionen sind im Gegenteil erst einmal prinzipiell unabhängig voneinander zu betrachten, indem Öffentlichkeiten entlang der Dimensionen unterschiedlich stark transnational bzw. transnationalisiert sein können (Brüggemann et al. 2009: 402). Die jeweils gemessenen empirischen Ausprägungen müssen dann immer qualitativ bewertet und mit den verschiedenen normativen Ansprüchen an Öffentlichkeit abgeglichen werden (Wessler et al. 2008: 12).

3 Netzwerköffentlichkeit im Internet: Medienwandel

Im Gegensatz zu den räumlichen Wandlungsprozessen von Öffentlichkeiten im vorigen Kapitel stehen in diesem Kapitel mit den besonderen Bedingungen für Öffentlichkeit im Internet *die medialen Wandlungsprozesse* im Vordergrund. Die rasante Verbreitung des Internets seit den neunziger Jahren (Kluver 2015: 564-565; Schmidt 2009: 11-22) verändert Gesellschaften und Mediensysteme und somit auch öffentliche Kommunikation (Habermas 1990 [1962]; Imhof 2003b; Leggewie 1997). Umgekehrt wird aber auch die Institutionalisierung des Internets durch gesellschaftliche Entwicklungs- und Wandlungsprozesse beeinflusst (Neuberger 2009: 34-36). Das Internet befindet sich zum Zeitpunkt dieser Studie immer noch in einem Institutionalisierungsprozess und wird aufgrund seiner flexiblen Infrastruktur und konstanten technischen Weiterentwicklungen naturgemäß einer dauerhaften Wandlungsdynamik unterliegen (Emmer/Wolling 2010: 42; Kluver 2015).

Den Fragestellungen *inwiefern und inwieweit sich Öffentlichkeit durch das Internet wandelt* sind zahlreiche Wissenschaftler aus den sozialwissenschaftlichen Fächern seit den frühen neunziger bis in die Nullerjahre sowohl theoretisch als auch empirisch nachgegangen (Schäfer 2015: 323). Sie griffen dabei meist die bereits in Kapitel 2 erwähnten analytischen und normativen Konzepte von Öffentlichkeit im Kontext traditioneller Massenmedien auf und übertrugen sie auf das Internet (Dahlberg 2011: 855; Freelon 2010). Internetöffentlichkeit wurde zumeist aus einer deliberativen oder gegenöffentlichkeitstheoretischen Perspektive betrachtet, was vor allem darin begründet ist, dass diese beiden Theorieperspektiven der Öffentlichkeit der traditionellen Massenmedien die größten normativen Missstände konstatiert haben und mit dem Internet und seiner interaktiven und offenen Struktur große Hoffnungen verbinden, diese Mängel auszugleichen (Bieber 2006: 79).

Eine besondere Stellung in dem *Institutionalisierungsprozess des Internets* und somit auch in der Öffentlichkeitsforschung nimmt das sogenannte *Web 2.0* oder *Social Web* ein. Mit diesen Schlagworten werden die Weiterentwicklungen des Internets ungefähr ab dem Jahr 2004 versehen, was einen „qualitativen, ja revolutionären Wandel“ (Beck, K. 2010: 29, Schmidt 2009: 12) voriger Strukturen suggeriert, der in dieser Form weder nachweis-

bar noch plausibel ist. Vielmehr handelt es sich dabei um einen *Ausdifferenzierungsprozess* und eine Verlagerung von Internetangeboten mit dem Schwerpunkt auf eher einseitiger Informationsvermittlung (z. B. Mailinglists und Newsgroups) hin zu solchen mit einem *Fokus auf dezentrale Vernetzung und Interaktion* (z. B. Blogs, soziale Netzwerke) (Haas/Trump/Gerhards/Klingler 2007: 215; Ebersbach/Glaser/Heigl 2008: 23; Kluver 2015: 566). Die Funktionen Informationsvermittlung, soziale Vernetzung und Interaktion wurden auch schon von vorigen Internetangeboten erfüllt (Beck 2010: 29).

Unter diesen Begriffen werden Angebotsformen wie Diskussionsforen, soziale Netzwerke, Blogs, Crowdsourcing-Plattformen und nutzergenerierte Inhalte subsumiert (Kluver 2015: 566). Sie dienen insbesondere Prozessen des individuellen Identitätsmanagements, der zwischenmenschlichen Beziehungspflege, aber *auch der politischen Kommunikation*, wobei die Grenzen zwischen öffentlicher und privater Kommunikation, Arbeit und Freizeit sowie Online- und Offline-Leben oft verwischt werden (Fuchs 2014a: 75; Davis 2015: 1490-1494; Neuberger/Wendelin 2012). Durch die jüngeren Weiterentwicklungen des Internets, die vor allem die Nutzung dieser Internetangebote über verschiedene, zunehmend mobile Endgeräte wie Handys oder Tablet-PCs betreffen (Burgess/Woodford 2015: 4), gewinnen diese Internetapplikationen zunehmend an Durchlässigkeit und Dynamik, was im Rahmen der Öffentlichkeitsforschung in Bezug auf das Internet berücksichtigt werden muss.

Wie schon im Kontext traditioneller Medien vermischen sich *strukturell-analytische* und *normative Aspekte* in der Öffentlichkeitsforschung. Zunächst überwogen vor allem *theoretische Arbeiten zur Internetöffentlichkeit* meist mit dem Ziel verschiedene Strukturen öffentlicher Kommunikation, wie sie im Internet vermutet wurden, in einem analytischen Modell zu integrieren und zu bewerten, ob es sich bei diesen Strukturen überhaupt um eine Form von Öffentlichkeit handelt. Die verschiedenen Modelle von Internetöffentlichkeit entstanden dabei zumeist im Vergleich bzw. in Abgrenzung zu der Öffentlichkeit traditioneller Massenmedien.

Unter den meisten Internetforschern besteht mittlerweile Konsens darüber, dass im Internet generell Öffentlichkeiten entstehen (Jarren/Donges 2011: 113). Zumeist werden diese aber als ein mehr oder weniger separates Gegenstück zu der durch traditionelle Massenmedien hergestellten Öffentlichkeit konzipiert (Dahlgren 2005; Papacharissi 2010). In jüngerer Zeit wird diese strikte Trennung überwiegend als unlogisch zurückgewiesen und

die über verschiedene Mediengrenzen hinweg entstehenden Öffentlichkeiten als eine Einheit modelliert (Beck 2010: 32; Chadwick 2013; Gil de Zuniga 2015; siehe auch Blumler 2015: 431-432).

Die theoretischen Ansätze nehmen allerdings ganz unterschiedlich umfassende Reichweiten öffentlicher Kommunikation im Internet in den Blick (Blumler 2015: 431-435) und verbinden ganz unterschiedliche positive (Utopisten) und negative (Dystopisten) Erwartungen mit den neuen Möglichkeiten öffentlicher Kommunikation im Internet. Neuberger systematisiert diese Möglichkeiten entlang der klassischen, analytischen Teilung des Medienbegriffs in eine technische und eine institutionelle Komponente (Neuberger 2009: 22; Neuberger 2013a: 223). Die *technischen Möglichkeiten* beschreibt er entlang der drei verschiedenen Dimensionen *Sozial-* (1), *Kanal- und Zeichendimension* (2) sowie *Raum- und Zeitdimension* (3) (Neuberger 2009: 23-26).

In der *Sozialdimension* (1) integriert das Internet *verschiedene Kommunikationstypen* und *ermöglicht einen flexiblen Rollentausch*, hinsichtlich der Teilnehmerzahl (one-to-one, one-to-many, many-to-many), der Kommunikationsrichtung (ein-, zweiseitig) und der Zugänglichkeit von Inhalten (öffentlich, privat). Im Internet treten neben die einseitige, öffentliche, one-to-many-Kommunikation auch die anderen Kommunikationstypen. Je nach Architektur der einzelnen Angebote kann sich Kommunikation im Social Web an eine unterschiedliche Anzahl von Teilnehmern richten. Aufgrund der zahlreichen Kommentar- und Feedbackmöglichkeiten kann Kommunikation auch reziprok erfolgen und je nach Infrastruktur, Privatsphäre-Einstellungen, Nutzerzahl und Vernetzung, und somit Sichtbarkeit im Social Web, kann Kommunikation dort fließend von privater in öffentliche übergehen. Hinter dem flexiblen Rollentausch verbergen sich die Aspekte der Partizipation, Interaktivität und Transparenz. Durch die Vereinfachung des kommunikativen Zugangs zur Öffentlichkeit im Internet, kann jeder ohne großen Aufwand Kommunikator oder Anbieter von Mitteilungen sein und somit an Öffentlichkeit teilhaben.

Zusätzlich hebt das Internet eine starre Rollenfestlegung und Begrenzung der Kommunikatoren auf, wie sie in den traditionellen Massenmedien vorherrscht. Demzufolge können Kommunikationsteilnehmer im Internet flexibler zwischen Kommunikator- und Rezipientenrolle wechseln und zwischen Quellen und Publikum kann es zu direktem Kontakt kommen (Disintermediation), wodurch eine erhöhte Interaktivität entstehen kann. Darüber hinaus herrscht im Internet durch die besseren Möglichkeiten der wechselseitigen Beobachtung ein höherer Grad an Transparenz über die anderen Kommunikationsteilnehmer als im Kontext traditioneller Massenmedien.

In der *Raum- und Zeitdimension* (2) zeichnet sich das Internet durch seine *besondere Dynamik* aus. Sowohl die journalistische Recherche als auch die Produktion von Inhalten lassen sich *beschleunigen* und profitieren von den *dezentralen Organisationsmöglichkeiten*. Dabei verbindet es Vorteile von Offline-Medien, wie die *Speicherfähigkeit*, mit den eigenen Stärken einer permanenten und unmittelbaren Verbreitung von Inhalten, wodurch alte und neue Beiträge verknüpft werden können (Additivität). Zusätzlich kann prinzipiell weltweit auf die Inhalte im Internet zugegriffen werden und zwar über eine Vielzahl verschiedener Endgeräte.

Bezüglich der *Kanal- und Zeichendimension* (3) kommt es im Internet zu einer *Auflösung von Medien- und Angebotsgrenzen*. Als multimediale Plattform integriert das Internet Kanäle und Zeichen verschiedener Einzelmedien wie Text, Foto, Grafik, Video, Audio und Animation. Während in traditionellen Medien Angebote (z. B. einzelne Artikel in Zeitschriftenausgaben) eindeutig voneinander abzugrenzen sind, verwischen diese Grenzen im Internet durch verbindende Elemente und Selektionshilfen wie Hyperlinks, Suchmaschinen und Aggregatoren (z. B. RSS-Feeds). Dadurch haben Nutzer unmittelbar Zugriff auf eine Vielzahl von Angeboten, wobei deren Herkunft und Ursprungskontext nicht immer ersichtlich bleibt. Außerdem bestehen im Internet vielfältige crossmediale Beziehungen zu traditionellen Massenmedien. Als verbindendes Dach fungieren hier meist renommierte Medienmarken, die schon aus den traditionellen Massenmedien bekannt sind.

Hinsichtlich der Bewertung der angenommenen Strukturen und technischen Möglichkeiten von Öffentlichkeit im Internet lassen sich die Forscher ganz allgemein in zwei Lager einteilen: Die *Internet-Utopisten* (z. B. Rheingold 1993; Benkler 2006; Bennett/Seegerberg 2012) nehmen an, dass das Internet strukturelle Mängel der traditionellen massenmedialen Öffentlichkeit, wie beispielsweise die Dominanz mächtiger Akteure und die eingeschränkten Zugangsmöglichkeiten für die Zivilbevölkerung, ausgleichen kann. Sie versprechen sich einen fundamentalen Wandel und eine Demokratisierung öffentlicher Kommunikation. Die *Internet-Dystopisten* (z. B. Margolis/Resnick 2000; Sunstein 2001, 2009; Hindman 2009; Papacharissi 2010; Gerhards/Schäfer 2010; Pariser 2011) betonen dagegen vor allem die Schwachstellen von öffentlicher Kommunikation im Internet, wie beispielsweise die ungleich verteilten Zugangsmöglichkeiten, die Gefahr der Fragmentierung in homogene Interessensgruppen oder den unzivilisierten Diskurs aufgrund der größeren Anonymität im Netz (Schäfer 2015: 323-325). Beide Lager wenden hinsichtlich ihrer Bewertung aber unterschiedliche theoretische und normative Perspektiven auf das Internet an und betrachten

vielfach sehr unterschiedliche Teilausschnitte von Öffentlichkeit im Internet. Gerade Veränderungen politischer Öffentlichkeit gehören in den Sozialwissenschaften zu den intensiv diskutierten Konsequenzen der Internetverbreitung (Emmer/Wolling 2010: 37).

Welche und inwiefern die technischen Potenziale des Internets in der Praxis tatsächlich sozial realisiert werden und welche Hoffnungen und Befürchtungen sich somit erfüllen, ist letztlich *eine empirische Frage*. Hier ist der Internetöffentlichkeitsforscher allerdings mit einer *großen Vielfalt und Heterogenität der Studienlage* konfrontiert (Schäfer 2015: 327). Dadurch lassen sich die Ergebnisse der einzelnen Studien nur schwer vergleichen und synthetisieren (Blumler 2015: 432). Aufgrund des Charakters des Internets als Hybridmedium, das viele verschiedene Kommunikationsmodi, Medien und Angebote in einer Plattform vereint (Höflich 1997; Beck 2010: 21-22; Schmidt 2011: 97), erforschen die unterschiedlichen Studien meist nur Öffentlichkeit in einzelnen Ausschnitten des Internets, was einen Vergleich der Ergebnisse zusätzlich erschwert. So werden beispielsweise Verlinkungen zwischen (politischen) Blogs (Benkler 2006), Journalismus und seine funktionalen Äquivalente im Internet (Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2009a, b, c), soziale Bewegungen im Netz (Zimbra/Abasi/Chen 2010: 52-54; Ackland/O'Neil 2011; Castells 2012; Bennett/Seegerberg 2012), die Verbindung zwischen professionell und partizipativ hergestellter Öffentlichkeit in Onlineablegern traditioneller Printmedien und Blogs (Nuernbergk 2013), explizit unter Bezug auf Konzepte von Internetöffentlichkeit untersucht. Ergänzt wird der Forschungsstand durch eine Vielzahl kleinerer Studien zu einzelnen Aspekten öffentlicher Kommunikation im Internet ohne explizite Bezugnahme auf ganzheitliche Konzepte und Modelle von Internetöffentlichkeit.

Insgesamt zeigt sich, dass sich nur wenige der (teilweise extremen) Erwartungen hinsichtlich des Potenzials des Internets tatsächlich bestätigt haben (Emmer/Wolling 2010: 53). In Bezug auf die Annahme *einer größeren und vielfältigeren Partizipation an Öffentlichkeit im Internet* hat ein reichhaltiger Forschungsstand heterogene Ergebnisse hervorgebracht. Sie deuten darauf hin, dass sich in der Praxis eher die Erwartungen der Gegenöffentlichkeitsperspektive (Beteiligung alternativer Akteure) als der deliberativen Perspektive (Beteiligung der Zivilgesellschaft) erfüllen (Schäfer 2015: 326). Partizipationsaktivitäten (z. B. Petitionen, Spenden, Mitarbeit in Organisationen, Publikation politischer Inhalte) sind online sowie offline Minderheitenaktivitäten (van Deth 2016). Je mehr Aufwand die einzelnen Aktivitäten erfordern, desto geringer ist die Partizipation (Emmer/Wolling 2010: 47). Insgesamt deuten die Studien auf moderat positive Einflüsse der

Internetnutzung auf gesellschaftliche Beteiligung hin, die teilweise sogar politisches Offline-Engagement ergänzen (Best/Krueger 2005; Katz/Rice 2005; Shah et al. 2002; Vowe/Emmer/Seifert 2007).

Hinsichtlich der *inhaltlichen Vielfalt* zeigt sich ein ähnliches Bild. In Internetangeboten wie beispielsweise Blogs werden durchaus vielfältige und zusätzliche Meinungen zu aktuellen Themen vertreten, allerdings bedeutet diese Form der Vielfalt auch eine starke Repräsentanz extremistischer und rassistischer Perspektiven (Schäfer 2015: 326).

In Bezug auf *den geringeren Einfluss traditioneller Gatekeeper* und eines vereinfachten Rollenwechsels (Interaktivität) finden sich gegensätzliche Ergebnisse (Eilders 2013: 334). Die Studienlage reicht von keiner Disintermediation (Emmer/Vowe/Wolling 2011; Emmer/Wolling 2007; Escher 2010; Muhlberger 2005) bis hin zum nur teilweise Umgehen traditioneller Gatekeeper (Bruns 2008; 2009; Dahlberg 2007; Donges 2000; Jenkins/Thorburn 2003). Insgesamt zeigt sich, dass einseitige, lineare Modelle des Gatekeeping-Prozesses aufgegeben werden müssen zugunsten eines „complex web of information“ (Shoemaker/Riccio 2015: 430), das Kommunikatoren aller Art umfasst.

Bezüglich der *Qualität von öffentlichen Diskursen im Internet* scheinen sich deliberative Hoffnungen eher nicht zu erfüllen. Kommunikationsteilnehmer weichen vom Thema ab, werden ausfällig, liefern keine Begründungen und Argumente für ihre Aussagen und es kann sogar zu persönlichen Angriffen kommen, was insgesamt auf eher irrationale Diskurse schließen lässt (Schäfer 2015: 326).

Ein Großteil der *Vergleichsstudien zwischen der Internetöffentlichkeit und der Öffentlichkeit traditioneller Massenmedien* zeigen nur geringe Unterschiede zwischen den Diskursen im Hinblick auf die Themenagenda (Gerhards/Schäfer 2007; Rucht/Yang/Zimmermann 2008; Schweiger/Weihermüller 2008). Vereinzelt zeigen Studien ein engeres Themenspektrum im Internet (z. B. Schönbach/de Waal/Lauf 2005). Desweiteren deutet der Forschungsstand darauf hin, dass die Internetöffentlichkeit im Hinblick auf Themen und Angebote zumindest teilweise fragmentiert ist. Im Internet scheinen verschiedene Öffentlichkeiten parallel zu existieren. Zum Beispiel bilden sich Themenöffentlichkeiten um bestimmte einzelne Themen herum. Außerdem grenzen sich dort Gegenöffentlichkeiten von Mainstream-Öffentlichkeiten bezüglich gesellschaftlich kontroverser Themen wie Impfung oder Klimawandel ab (Cammaerts/van Audenhove 2010: 193; Schäfer 2015: 326). Außerdem entstehen Öffentlichkeiten um einzelne Angebote bzw. Angebotsformen (z. B. Blogs) herum (Dahlberg 2005; Schäfer 2015: 326). Einer vollständigen Fragmentierung widersprechen einerseits die

Verbindungen, die es durchaus zwischen den einzelnen Öffentlichkeiten gibt und andererseits die Tatsache, dass Bürger politische Informationen neben dem Internet auch noch aus den traditionellen Medien beziehen (Livingstone/Markham 2008; Fraile 2011; Rußmann 2007; Tran 2013). Je nach Perspektive kann man diese verschiedenen Öffentlichkeiten als hinreichend verbunden und integriert ansehen, oder aber von verschiedenen Fragmenten einer Öffentlichkeit ausgehen (Schäfer 2015: 326).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass unter den medialen Bedingungen und Wandlungsprozessen im und durch das Internet eine komplexe Netzwerköffentlichkeit entsteht, die allerdings nicht mit den medialen Grenzen des Internets abschließt, sondern alte und neue Medien umfasst und integriert.

3.1 Netzwerköffentlichkeit im Internet: Definition

Diese Arbeit baut auf dem Konzept von *Internetöffentlichkeit* von Neuberger (2009) auf, da es das umfassendste seiner Art ist, über die Verwendung des Netzwerkbegriffs als reine Metapher hinausgeht und auch bereits empirisch überprüft wurde. Die Idee von Internetöffentlichkeit als Netzwerk wird nicht nur von Neuberger (2009) eingeführt, sondern bereits zuvor verwendet (z. B. Bieber 1999: 195-198; Friedland/Hove/Rojas 2006; Nuernbergk 2013: 145; Simone 2010). Vorige Modelle deuten aber konkrete Vernetzungsmechanismen allenfalls an und überprüfen ihre theoretischen Modelle nicht empirisch. Neubergers Modell ist hier weitreichender und wurde bereits empirisch überprüfbar gemacht.

Neuberger synthetisiert die *technischen Potenziale* und die Forschungsergebnisse bezüglich ihrer *sozialen Realisierungen* in seinem *Modell einer integrierten Netzwerköffentlichkeit*. Er nimmt damit eine vermittelnde Position zwischen den Utopisten und Dystopisten ein (Schmidt 2011: 98). Neuberger (2009: 41-50) vertritt die Auffassung, dass, auch wenn nicht alle Kommunikation im Internet als Öffentlichkeit bezeichnet werden kann, dort durchaus Strukturen von Öffentlichkeit vorhanden sind (De Zuniga 2015: 3155; Donges/Imhof 2010: 195). *Das Internet integriert hierzu die Strukturen und Dimensionen herkömmlicher massenmedialer Öffentlichkeit und geht zusätzlich über diese hinaus*, indem es die verschiedenen, vormals getrennten Ebenen von Öffentlichkeit auf einer Plattform vereint, den Akteuren einen flexiblen Rollenwechsel ermöglicht und Medien-, Formats- und

Angebotsbrüche aufhebt und somit Informationsflüsse erleichtert (Neuberger 2009: 43-44). Er fügt in seinem Modell die verschiedenen theoretischen Komponenten Partizipation, Disintermediation, „Long Tail“, Aufmerksamkeitsökonomie, den Gegensatz von Fragmentierung und Integration von Öffentlichkeit, die Netzwerkstruktur und den Aspekt der kollaborativen Qualitätssicherung zusammen (Neuberger 2009: 84), die bis dato in der Diskussion von Öffentlichkeit im Internet meist nur gesondert diskutiert und untersucht wurden.

Die Strukturelemente, die zur Einordnung verschiedener Ausprägungen von Öffentlichkeit im Kontext traditioneller Massenmedien abgeleitet wurden, eignen sich nur noch bedingt für die Beschreibung von Öffentlichkeit im Internet. Grenzen zwischen Angeboten lösen sich auf oder lassen sich schneller überwinden. Die verschiedenen Ebenen von Öffentlichkeit verschwimmen im Netz bzw. der Übergang von einer Ebene zur nächsten ist oft fließend und schnell möglich. Zwischen den verschiedenen Akteurskategorien, wie Sprecher, Vermittler und Publikum, und Akteursrollen, wie Leistungs- und Publikumsrollen (Makroebene), Anbieter und Nutzer (Mesoebene) und Kommunikator und Rezipient (Mikroebene), kann ebenso fließend gewechselt werden, sodass in die verschiedenen Prozessphasen von Öffentlichkeit (Input, Throughput, Output) vielfältigere Akteure einbezogen werden können und sich das Publikum generell mehr am öffentlichen Diskurs beteiligen kann. Die auf die verschiedenen Funktionen von Öffentlichkeit bezogenen Vermittlungsleistungen können so von unterschiedlicheren gesellschaftlichen Akteuren und auch teilweise maschinell erbracht werden. Neben *professionell-journalistische Vermittler*, die den Zugang zu Öffentlichkeit in den traditionellen Massenmedien dominiert haben, treten im Internet *partizipative* und *technische Vermittler*, also Personen ohne journalistischen Hintergrund bzw. digital automatisierte Prozesse. Sie können sich in die einzelnen Phasen des journalistischen Produktionsprozesses unterschiedlich stark einbringen oder selbst dem Journalismus äquivalente Angebote im Internet unterhalten. Aufgrund *der flexiblen, netzwerkartigen Infrastruktur und der Durchlässigkeit der verschiedenen Strukturelemente von Öffentlichkeit im Internet* entsteht dort *eine komplexe, beschleunigte, dezentrale Dynamik öffentlicher Kommunikation*.

Die Grundzüge einer integrierten Netzwerköffentlichkeit beschreibt Neuberger wie folgt:

„ein vielfältiger Input [wird] partizipativ bearbeitet und soweit reduziert [...], dass eine gemeinsame Themenagenda entsteht. Zwischen Vielfalt (i. S. v. Partizipation, Fragmentierung und ‚Long Tail‘) und Einheit (i. S. v. Massenattraktivität, Aufmerksamkeitsfokussierung, Konsensfindung und hoher Reichweite) besteht demnach kein prinzipieller Widerspruch. Beides ist in

der Netzwerköffentlichkeit (im Unterschied zur Öffentlichkeit der traditionellen Massenmedien) möglich und erwünscht, nämlich auf verschiedenen Ebenen der Öffentlichkeit und in unterschiedlichen Phasen des deliberativen Öffentlichkeitsprozesses [...]. Die Integration der Ebenen und Phasen muss vielfältig und mehrstufig erfolgen, wobei in Richtung der höheren Ebenen und späteren Phasen die Vielfalt der Informationen und Zahl der vermittelnden Instanzen abnimmt. Diese schrittweise Reduktion, Fokussierung und Kanalisierung ist aber – im Unterschied zum einheitlich strengen ‚Gatekeeper‘-Regime der traditionellen Massenmedien – nicht zentralisiert und quasi endgültig: An die Stelle harter Selektionsentscheidungen tritt die empfehlende Orientierung und revidierbare Auswahl [...]. Nicht-gewählte Alternativen bleiben im Internet erhalten und sichtbar. In dieser Flexibilität, Offenheit und Revidierbarkeit liegt die Besonderheit des Internets, die – falls Themen, Informationen und Meinungen aus dem Internet durch journalistische Recherche in die traditionellen Massenmedien gelangen – um das ‚Gatekeeping‘ von Presse und Rundfunk ergänzt werden können.“ (Neuberger 2009: 49)

Neuberger (2009) betrachtet *Internetöffentlichkeit* in dem oben beschriebenen Sinne *als Netzwerk von verschiedenen, miteinander verbundenen öffentlichen Sphären auf unterschiedlichen Skalierungsebenen*. Die öffentlichen Sphären werden auf unterschiedliche Weise miteinander verbunden und somit integriert. Die netzwerkartige technische Infrastruktur unterstützt dabei einerseits die Integration der unterschiedlichen gesellschaftlichen Akteure und Angebote, andererseits kann sie auch zu größerer Fragmentierung führen, als unter den Bedingungen traditioneller Massenmedien. Die einzelnen Kommunikationsbeziehungen zwischen den Akteuren und Angeboten werden im Internet dauerhaft sichtbar gemacht. Zu diesen Kommunikationsbeziehungen gehören neben den klassischen Bezugnahmen wie Zitate und Erwähnungen auch technisch basierte Verknüpfungen wie Hyperlinks. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass längst nicht alle Kommunikation im Internet den Kriterien von öffentlicher, gesellschaftlich relevanter und wünschenswerter Kommunikation entspricht, Teilbereiche aber durchaus.

Neuberger selbst hat sein *Modell* inzwischen *weiter ausgearbeitet* und unter anderem um theoretische Überlegungen zu *Onlinemedien als Institutionen* (Neuberger 2013b) und um *die Systematik verschiedener Akteurskonstellationen* ergänzt (Neuberger 2014b). Im Rahmen letzterer Abhandlung stellt er nun den Prozesscharakter von Öffentlichkeit, der im Internet noch einmal erheblich an Dynamik dazugewinnt, in den Vordergrund und spricht nun von der „*dynamischen Netzwerköffentlichkeit*“, die zwar vor allem im Kontext von Öffentlichkeit im Internet gedacht wird, aber durchaus auch auf traditionelle Öffentlichkeit ausgedehnt werden kann. Er hebt hier also die analytische Gegenüberstellung von Internet- und herkömmlicher Öffentlichkeit auf (Neuberger 2014b: 571). Münker (2012)

spricht in diesem Zusammenhang auch von einer „immersiven“ Öffentlichkeit im Internet, in deren Rahmen nicht mehr einzelne Teilöffentlichkeiten nach Medienangeboten abgesteckt werden können, sondern lediglich verschiedene Teile der Netzwerköffentlichkeit unterschiedliche stark verdichtet sind.

Neubergers Netzwerkkonzept von Internetöffentlichkeit wurde bereits mehrfach *in der (empirischen) kommunikationswissenschaftlichen Forschung* aufgegriffen. Schmidt (2009; 2012) bezieht sich darauf im Rahmen seiner Systematisierung von „Personal Publics“ im Social Web. Nuernbergk (2013: 145-162) wendet Neubergers Modell auf Gegenöffentlichkeit im Internet an und *verbindet es mit der sozialen Netzwerkforschung*: Auf dem technischen Infrastrukturnetzwerk setzen soziale Netzwerke auf (Beck 2010: 29), deren Knoten die verschiedenen, an der öffentlichen Kommunikation beteiligten Akteure darstellen und deren Kanten aus den einzelnen kommunikativen oder hyperlinkbasierten Bezugnahmen (Kommunikationsbeziehungen) in den öffentlich zugänglichen Texten zwischen den Akteuren bestehen. Diese Kommunikationsbeziehungen können zum einen direkt zwischen den Akteuren als Kommunikationspartnern bestehen und zum anderen indirekt über Zitationen und Adressierungen von Mitteilungen (Neubarth/Nuernbergk 2011: 9-11; Nuernbergk 2013: 145-146). Die indirekten kommunikativen Verweise werden von Adam (2007), die diese in traditionellen Medien untersucht hat, als symbolische Netzwerke bezeichnet. Im Internet werden indirekte kommunikative Bezugnahmen durch technische Formen der Bezugnahmen (z. B. Verschlagwortung, Hyperlinks) ergänzt und unterstützt und somit besser öffentlich beobachtbar. Die speziellen technischen Bedingungen des Internets sorgen potenziell für ein höheres Maß an sich kreuzenden, bidirektionalen Kommunikationsbeziehungen und einen dezentralisierteren Austausch zwischen den Akteuren, weshalb die Modellierung als Netzwerk sich quasi aufdrängt (Nuernbergk 2013: 146). Vor dem Hintergrund dieses Modells von der dynamischen Netzwerköffentlichkeit im Internet können nun die verschiedenen Teilbereiche des Internets empirisch untersucht werden. Denn nur die empirische Analyse liefert Antworten auf die Frage, welche der möglichen Netzwerkakteure und -verbindungen tatsächlich aktiviert werden und in den einzelnen Diskursen eine relevante Rolle spielen. Erst dadurch können verlässliche Aussagen darüber getroffen werden, wie integriert oder fragmentiert die Öffentlichkeit im Internet tatsächlich ist.

3.2 Netzwerköffentlichkeit im Internet: Integrations- und Vermittlungsleistungen

Im Folgenden sollen *die verschiedenen Integrations- und Vermittlungsleistungen* näher beleuchtet werden, die *im Rahmen der dynamischen Netzwerköffentlichkeit* möglich sind. Diese „Vermittlungsstrukturen“ (Nuernbergk 2013: 179) sind teilweise verfestigt und teilweise unterliegen sie der extremen Wandlungsdynamik des Internets. In der Internetöffentlichkeit meint *Integration* insbesondere *die Anbindung kleinerer, gegebenenfalls nutzergenerierter Angebote und Inhalte an eine übergeordnetere, zentralere Öffentlichkeit* (Eilders 2013: 335).

Wenn Internetöffentlichkeit konsequent als Netzwerk gedacht wird, sind die Integrations- und Vermittlungsleistungen einerseits verknüpft mit *dem Selbst- und Rollenverständnis der einzelnen Akteure bzw. Angebote* (=Knoten) und andererseits mit *den zwischen ihnen entstehenden Verknüpfungen* (=Kanten) verbunden. Neuberger (2009: 64) systematisiert Akteure bzw. Angebote und Vermittlungsleistungen als Grundlage für die Analyse einzelner Diskurse. Erstere können nach *Angebotsformaten*, ihrer *Reichweite*, ihrer *Kompetenzen* (i. S. v. sozialen Rollen) und dem *Grad der Interaktivität* unterschieden werden. Als unterschiedliche Vermittlungsleistungen nennt Neuberger (2009: 64) das *Vermitteln von Normen*, das *Sammeln von Informationen* (Beobachtung), das *Verarbeiten von Informationen* (Validierung), die *Weitergabe von Informationen* (Orientierung) sowie das *Erfüllen der Erwartungen* von Leistungserbringern und -empfängern. Aus dieser Auflistung wird bereits deutlich, dass klassische Vermittler im Internet nicht gänzlich obsolet sind, sondern lediglich ihr Leistungsspektrum verändern und es den neuen medialen Bedingungen anpassen.

Trotz der Möglichkeit zur Disintermediation im Internet findet nicht alle Kommunikation zwischen beispielsweise Politikern und ihren Wählern im Internet direkt statt. Den individuellen Kapazitäten der Akteure sind diesbezüglich Grenzen gesetzt. Daher ist journalistische Vermittlung auch weiterhin erforderlich („Re-Mediation“), angepasst an die veränderten Vermittlungsbedingungen. *Vermittler* sind im Internet nicht gänzlich obsolet, sondern *verändern ihr Leistungsspektrum* und passen es den neuen medialen Bedingungen an. Trotz der Möglichkeit zur Disintermediation im Internet findet nicht alle Kommunikation zwischen beispielsweise Politikern und ihren Wählern im Internet direkt statt. Den individuellen Kapazitäten der Akteure sind diesbezüglich Grenzen gesetzt. Daher ist *journalistische Vermittlung* auch weiterhin erforderlich („Re-Mediation“), angepasst an die veränderten Vermittlungsbedingungen. Einige professionelle Leistungen sind

notwendig, um Öffentlichkeit im Internet überhaupt erst herzustellen und öffentliche Kommunikation ausreichend zu verknüpfen (Eilders 2013: 342). Nur so kann Öffentlichkeit auch auf dieser medialen Plattform seine spezifischen Leistungen für die Gesellschaft erbringen, auch wenn ihr Einfluss im Internet abnimmt (Dahlgren 2005; Habermas 2008: 161-162; Neuberger 2008; Neuberger 2009: 54-55; Nuernbergk 2013: 179).

Zahlreiche *Auswahl- und Beurteilungsleistungen* werden durch den abnehmenden Einfluss traditioneller Gatekeeper *auf die Nutzer abgeschoben*. Neben dem klassischen *Gatekeeping*, das im Internet zwar auch noch existiert, aber in den Hintergrund tritt, muss ein *Gatewatching* betrieben werden (Bruns 2009; Neuberger 2009: 55-60), also statt einer vorherigen Auswahl und Prüfung von Inhalten zur Publikation, eine nachträgliche Auswahl und Prüfung des bereits Publizierten. An die Stelle von klaren Selektionsentscheidungen treten Empfehlungen und die Alternativen bleiben daneben im Internet sichtbar. Zahlreiche Aufgaben, wie beispielsweise auch die Qualitätssicherung, werden kollaborativ im Zusammenspiel verschiedener Akteure und weniger institutionalisiert erledigt. Die Forschung zeigt, aber, dass klassische Gatekeeper im Internet immer noch eine dominante Rolle einnehmen.

Außerdem treten *Laienkommunikatoren* im Internet neben die traditionellen Vermittler und steuern ebenfalls Inhalte bei. Stärker als in traditionellen Medien fällt *den klassischen Vermittlern* die Aufgabe der *Ermöglichung, Organisation und Moderation dieser Laienkommunikation* zu. Die Vermittlungs- und Integrationsleistungen werden im Internet durch technische Verweisstrukturen wie Hyperlinks oder Tagging unterstützt (Eilders 2013: 338; Schmidt/Frees/Fisch 2009; Yardi/Boyd 2010). Durch die Multioptionalität und Hypertextualität des Internets können Vermittlungsleistungen multimedial gestaltet sein, langfristiger dokumentiert und gleichzeitig schneller aktualisiert werden und sich räumlich ausdehnen oder lokal fokussieren. Vermittler können mit ihren Leistungen auf ein Massenpublikum oder spezialisierte Nutzer abzielen und ihr Nutzerschaft einseitig informieren oder mit ihr interaktiv in Kontakt treten (Neuberger 2009: 55-60; Beck 2010: 18; Schmidt 2011: 102).

Aus dem *Zusammenspiel bestimmter Akteure und Angebote und spezifischer Leistungen* werden in der Forschung idealtypisch *drei Formen der Vermittlung im Internet* unterschieden: *professionelle, partizipative und technische Vermittlung* (Neuberger 2009: 54-83; Nuernbergk 2013: 179-208). Diese drei Vermittlungsleistungen schließen sich allerdings nicht ge-

genseitig aus, sondern können in vielseitigen Verhältnissen zueinander stehen. Sie können miteinander konkurrieren (Konkurrenz), sich ergänzen (Komplementarität) oder gegenseitig integrieren (Integration).

Erbringen beispielsweise partizipative Akteure die gleichen Vermittlungsleistungen wie professionell-journalistische Akteure, konkurrieren sie miteinander und können in dieser Hinsicht als funktionale Äquivalente betrachtet werden (Neuberger 2009: 61-63). Um beurteilen zu können, ob sich Vermittlungsleistungen gleichen, kann auf *Indikatoren für journalistische Qualität oder journalistische Normen* zurückgegriffen werden. Als solche gelten beispielsweise *Aktualität, Universalität, Periodizität, Autonomie und Publizität*. Desweiteren zählen dazu *Relevanz, Nachrichtenwert der Themenselektion, Richtigkeit, Vielfalt, Verständlichkeit, Attraktivität, Analysetiefe* sowie *Sachkompetenz* in der Themenbearbeitung, wobei jeweils die Anbieter- und die Nutzersicht berücksichtigt werden müssen, um die jeweilige Erwartungshaltung und ihre Erfüllung bestimmen zu können (Neuberger 2009: 62; Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2009a,b,c ; Neuberger 2012). Neuberger, Nuernbergk und Rischke (2009a,b,c) untersuchen in verschiedenen Teilstudien das Verhältnis von professionellen, partizipativen und technischen Vermittlungsleistungen. Ihre Ergebnisse zeigen, dass nur ein kleiner Teil der Internetangebote, darunter Nachrichtensuchmaschinen und Weblogs, überhaupt journalistischen Qualitätskriterien wie Autonomie, Aktualität, Periodizität und Universalität gerecht wird und somit zum Kernbereich des Journalismus gezählt werden kann. Ableger traditioneller Massenmedien dominieren den journalistischen Kern des Internets. Insgesamt deuten ihre Ergebnisse auf eine eher komplementäre Beziehung zwischen dem Journalismus traditioneller Medien und dem Internet hin (Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2009b: 13-17).

Nuernbergk (2013) untersucht das Neuberger'sche Modell einer integrierten Internetöffentlichkeit anhand von Vernetzungs- und Orientierungsleistungen in der Anschlusskommunikation im Internet (Blogosphäre) zu professionellen und partizipativen Kommunikatoren. Im Rahmen des von ihm untersuchten Diskurses zum G8-Gipfel in Heiligendamm 2007 unterstützen seine Ergebnisse einige Annahmen zur Integration innerhalb der Netzwerköffentlichkeit im Internet, während sich andere nicht bestätigen. Die *Anschlusskommunikation* liefert *eher weniger zusätzlichen, vielfältigen Input* an Themen, indem sie aber die Berichterstattung traditioneller Medien *kommentiert und kritisiert*, ergänzt sie alternative Sichtweisen zu den einzelnen Themen und *liefert zusätzliche Quellen*. Die wenigsten beteiligten Akteure zählen dabei zur Zivilgesellschaft.

Die mit erweiterter Partizipation verbundenen Hoffnungen sind auf der Grundlage dieser Studie also nicht haltbar. Auch den Befürchtungen bezüglich einer Fragmentierung von Öffentlichkeit im Internet muss widersprochen werden. Nuernbergk (2013) kann einen moderaten Vernetzungsgrad zwischen den verschiedenen öffentlichen Arenen (professionelle, partizipative, Anschlusskommunikation) nachweisen und hält sie somit für ausreichend integriert. Entgegen den Beschreibungen einer dezentralen Struktur im Internet und bestätigt durch andere Online-Vernetzungsstudien, werden in dieser Doktorarbeit deutliche *Zentrum-Peripherie-Strukturen* sichtbar. Ein kleiner, zentraler Kern der öffentlichen Akteure im Netz erbringt den Löwenanteil der Vermittlungsleistungen und erhält die meiste Aufmerksamkeit und Resonanz (Nuernbergk 2013: 564-580; Neidhardt 2015: 297-298).

Prinzipiell integriert sich das Internet also über einen stark verbundenen Kern, auf den von peripheren Angeboten verwiesen wird. Innerhalb der Peripherie existieren weitere untereinander stark vernetzte Kommunikationsverdichtungen um einzelne Themen oder Ideologien herum. Hier kann es vereinzelt durchaus zu Abschottungstendenzen kommen, auch wenn selbst extrem randständige Angebote im Internet immer aktiv auffindbar und verlinkbar bleiben.

Abschließend lässt sich festhalten, dass auch in der dynamischen Netzwerköffentlichkeit im Internet professionelle Vermittlungs- und Integrationsleistungen erbracht werden. Sie passen sich dabei den veränderten medialen Rahmenbedingungen und Plattformen an und werden von partizipativen und technischen Leistungen ergänzt. Im Folgenden werden diese drei Arten von Vermittlungsleistungen näher beschrieben.

3.2.1 Professionelle Vermittlung

Professionell sind öffentliche Vermittlungsleistungen, wenn sie *freiberuflich* oder im Rahmen von *Redaktionen in Medienorganisationen* erbracht werden. Weitere Indizien für Professionalität sind eine entsprechende professionelle Ausbildung der Vermittler (z. B. in Journalistenschulen), ihre Einbindung in Berufsverbände und das eigene Selbstverständnis als Journalist tätig und journalistischen Normen verpflichtet zu sein. *Journalistisch*¹⁹ sind Angebote, in deren Kontext *periodisch universelle, aktuelle,*

¹⁹ An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass es in der Kommunikationswissenschaft keine einheitliche und konsensuelle Definition für Journalisten gibt (Donsbach

faktische und gesellschaftlich relevante Informationen und Themen recherchiert, geprüft, selektiert, präsentiert und an eine gesellschaftliche Öffentlichkeit über Medien verarbeitet werden. Derartige Berichterstattung ist dabei nicht selbstbezogen, sondern auf die Fremdbeobachtung der sozialen Umwelt und der anderen gesellschaftlichen Teilsysteme ausgerichtet (Meier 2007: 13; Donsbach 2009: 82-85; Malik/Scholl 2009: 172; Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2009c: 200-201; Wyss/Keel 2010: 348-361; Nuernbegk 2013: 189).

Entsprechende professionell-journalistische Leistungen, die auf der Basis des Internets bzw. des WWW erbracht werden, werden als *Internetjournalismus* bezeichnet (Neuberger/Quandt 2010). Die gleichen journalistischen Leistungen wie in den traditionellen Massenmedien werden hier angepasst an die spezifischen Bedingungen des Internets unter einem erhöhten Aktualitätsdruck, computertechnisch unterstützt, mit mehr multimedialen Möglichkeiten und erhöhter Interaktivität mit den Nutzern erbracht (Malik/Scholl 2009). Dennoch oder gerade deswegen sind auch im Internet die Ableger klassischer traditioneller Massenmedien am reichweitenstärksten (AGOF 2016; Barthel 2015). Nur wenige rein professionell-journalistische Internetangebote sind im Internet erfolgreich. Dazu zählen meist Aggregatoren, die die Internetinhalte traditioneller Massenmedien zusammenfassen und neusortieren. Ein Hauptgrund hierfür sind die schlechten Finanzierungsmöglichkeiten von Journalismus im Netz (Barthel 2015; Neuberger 2009). Traditionelle Medienangebote sind hier aufgrund der bereits bestehenden Infrastruktur, der Möglichkeit zur Mehrfachverwertung von Inhalten und der Querfinanzierung durch das Offline-Muttermedium klar im Vorteil (Nuernbergk 2013: 190-191). Journalistische Nur-Internetangebote fokussieren sich daher gern auf Nischen, die von traditionellen Medien wenig oder gar nicht berücksichtigt werden, wie beispielsweise den hyperlokalen Journalismus oder speziellen Formen des investigativen Journalismus mit stark schwankenden Reichweiten (Jurkowitz 2014; Olmstead/Shearer 2015).

Dabei werden *die verschiedenen Internetangebote für unterschiedliche journalistische Leistungen und Tätigkeiten* genutzt. Klassische Websites dienen vor allem der Informationssuche und -verbreitung, Social-Media-Angebote dagegen vor allem der Diskussion, Beziehungspflege und Live-Berichterstattung (Neuberger 2012). Facebook wird von Journalisten häufig

2009: 82; Wyss/Keel 2010: 348-361). Die hier zusammengefassten Aspekte stellen den kleinsten gemeinsamen Nenner verschiedener empirisch überprüfbarer Definitionsversuche dar (Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2009c: 200).

für die Publikumsbeteiligung und Recherche genutzt, Twitter für die Echtzeit-Interaktion mit dem Publikum und der Verbreitung von Eilmeldungen und Blogs eignen sich vor allem für die Recherche von Hintergrundinformationen, Experteninformationen und die Publikation und Diskussion der eigenen Meinung. Außerdem beobachten Journalisten im Internet und besonders über Social-Media die Aktivitäten und Vorlieben ihres Publikums.

Insgesamt lässt sich in Bezug auf die professionellen Integrations- und Vermittlungsleistungen kein revolutionärer Umbruch feststellen, sondern es scheint *eher zu moderaten Anpassungen und Ergänzungen* zu kommen. Die vermittelnden Akteure sind überwiegend die gleichen wie in den traditionellen Massenmedien und sie erbringen keine vollkommen neuen und anderen Vermittlungsleistungen. Allerdings *treten zu den altbekannten Vermittlungsakteuren vereinzelt und punktuell neue hinzu*. Die Schwelle zum Vermittler ist prinzipiell herabgesetzt. Es zeigt sich aber auch, dass nicht alle ressourcenaufwendigen und kontinuierlich erforderlichen Vermittlungsleistungen gleichermaßen von Laienkommunikatoren erbracht werden können. Es verändert sich also eher die institutionelle Struktur des Journalismus im Internet, als sein Leistungsprofil (Harnischmacher 2014). Die verschiedenen Social Media Angebote werden aber dennoch von traditionellen wie Laienvermittlern aufgegriffen und je nach Profil für spezifische Vermittlungsleistungen ergänzend genutzt.

3.2.2 Partizipative Vermittlung

Partizipative Vermittlung ist ein *Überbegriff für verschiedene Phänomene der Bürgerbeteiligung an Vermittlungsleistungen* (Neuberger 2009: 69). Die *Zivilgesellschaft* unterstützt hierdurch den klassischen Journalismus bei den verschiedenen Vermittlungsleistungen von Recherche bis Informationsverbreitung, oder erbringt diese Leistungen im Rahmen eigener Angebote sogar gänzlich selbst (Larsson 2012; Neuberger 2013a: 224;). Zu den Leistungen partizipativer Vermittler zum Beispiel, das Beisteuern von Augenzeugenberichten und Bildmaterial, das Kommentieren journalistischer Beiträge oder Selektionsleistungen.

Um das Phänomen der partizipativen Vermittlung zu beschreiben wurden *viele verschiedene Begriffe* verwendet, die die *Vielgestaltigkeit des Phänomens* unterstreichen (Neuberger 2006: 69; Neuberger 2009: 69, Wall 2015: 797-798). Neben „partizipativem Journalismus“ („Participatory Journalism“) ist die Rede beispielsweise von „Bürgerjournalismus“ („Citizen

Journalismus“/“Public Journalism“) oder „Interaktivem Journalismus“ („Interactive Journalism“), die auf verschiedene Formen der Bürgerbeteiligung abheben. Einen stärkeren Fokus auf den Herstellungsprozess legen Bezeichnungen wie „Kollaborativer Journalismus“, „Open-Source-Journalismus“ und „Peer-to-Peer-Journalismus“, während Umschreibungen wie „Parajournalismus“, „Amateurjournalismus“ und „Laienjournalismus“ eher die fehlende Professionalität betonen. Mit „Graswurzeljournalismus“ („Grassroots Journalism“) wird dagegen die Bürgerbeteiligung im Rahmen von alternativen und Gegenöffentlichkeiten beschrieben (Engesser 2008: 59-66; Engesser 2013: 61-73; Fröhlich/Quiring/Engesser 2012: 1044; Neuberger 2009: 69; Nip 2006: 216-218; Nuernbergk 2013: 198).

Neben diesen Begriffen existieren *verschiedene wissenschaftliche Definitionen* des partizipativen Journalismus, die gleichzeitig auch sein Verhältnis zum professionellen Journalismus bestimmen. Laut Engesser (2008: 66) „beteiligt [partizipativer Journalismus] die Nutzer zumindest am Prozess der Inhaltsproduktion, wird außerhalb der Berufstätigkeit ausgeübt und ermöglicht die aktive Teilhabe an der Medienöffentlichkeit.“ Bowman und Willis (2003: 9) ergänzen diese Perspektive noch um die demokratische Intention der partizipativen Vermittler. Nip (2006) dagegen sieht in partizipativem Journalismus lediglich eine bestimmte Form des professionellen Journalismus.

Allgemein lässt sich bezweifeln, dass die beschriebenen Phänomene überhaupt das Etikett Journalismus verdienen oder mit diesem ernsthaft konkurrieren können (Bruns 2005; Harnischmacher 2014; Neuberger 2006). In vielen partizipativen Formaten ist nur eine nachträgliche inhaltliche Prüfung und Qualitätssicherung möglich und nur selten werden journalistische Normen berücksichtigt (Neuberger 2009: 69-70). Nur wenige Onlineangebote erfüllen journalistische Kriterien im Sinne der professionellen Vermittlungsleistungen (Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2009c). Sie erbringen *primär komplementäre Leistungen zum traditionellen Journalismus* im Internet und weisen darüber hinaus eine stärkere Spezialisierung auf (Fico et al. 2012; Neuberger/vom Hofe/Nuernbergk 2010). Dem Journalismus dienen sie vor allem als *Quelle und Raum für Anschlusskommunikation*. Gerade eine ressourcenaufwendige tagesaktuelle Berichterstattung können die wenigsten partizipativen Journalisten leisten. Sie kommentieren und verlinken diese aber (Carpenter 2010; Lacy et al. 2010).

Der Großteil partizipativer Vermittlungsleistungen im Rahmen öffentlicher Kommunikation steht in einem komplementären oder integrativen Verhältnis zum professionellen Journalismus.

3.2.3 Technische Vermittlung

Neben der professionellen und der partizipativen Vermittlung können öffentliche *Vermittlungsleistungen* im Internet auch teilweise oder vollständig *technisch auf der Grundlage von Algorithmen*²⁰ erbracht werden. Derart sind sie losgelöst von menschlichen Akteuren, die lediglich für das Programmieren der Algorithmen verantwortlich sind und nicht mehr für die tatsächliche Vermittlungsleistung (Neuberger 2009: 73-76; Schmidt 2009: 130-133). Darüber hinaus können Computer nicht nur Anweisungen eines Programmierers befolgen (direkte Manipulation), sondern auch lernen (indirekte Manipulation; Künstliche Intelligenz (KI)) (Neuberger/Nuernbergk 2015: 204). Auf diese Weise werden Software-Agenten zu aktiven Vermittlern, unter anderem auch von öffentlicher Kommunikation. Die Grundlage für ihre Vermittlungsleistungen sind Daten, die dank des Internets in Überfülle zur Verfügung stehen.

Auf der Basis dieser Daten kann prinzipiell der gesamte journalistische Produktionsprozess technisch erfolgen: Die Suche und Aggregation von Informationen, die Beobachtung bestimmter gesellschaftlicher Kommunikation, die Prognose, Filterprozesse, Empfehlungen und sogar die Inhaltsproduktion und -verbreitung können automatisiert werden (Diakopoulos 2015: 400-402; Graefe 2016; Latzer et al. 2014). Zu den technischen Intermediären in der Internetöffentlichkeit zählen in erster Linie Suchmaschinen und verschiedene Aggregatoren (Neuberger 2009: 73; Neuberger/Nuernbergk 2015: 200; Schmidt 2009: 130), aber auch Social Media in ihrer Gesamtheit können automatisierte Filter- und Auswahlleistungen erfüllen (Mitchell/Jurkowitz/Olmstead 2014).

Die technische Vermittlung im Internet wird häufig unter der Bezeichnung „Computational Journalism“ gefasst (Neuberger/Nuernbergk 2015: 203). Alternative Begriffe und Spezialformen sind „Robot Journalism“ (Carlson 2015; Clerwall 2014), „Algorithmic Journalism“ (Dörr 2016) oder „Datenjournalismus“ (Appelgren/Nygren 2014; Fink/Anderson 2014; de Maeyer/Libert/Domingo/Heinderyckx/Le Cam 2015).

Bisher herrschen eher teilweise automatisierte Leistungen wie Aggregation, Filtern oder automatische Informationsverbreitung im Internet vor. Das vollständig automatische Erstellen von Inhalten kommt nur vereinzelt

²⁰ Bei einem Algorithmus handelt es sich um eine Rechenfolge nach einem bestimmten Schema. Ein Algorithmus ist „eine endliche Serie präzise beschriebener Regeln und Prozesse für die Lösung eines Problems [...], durch die ein Input transformiert und ausgegeben wird“ (Neuberger/Nuernbergk 2015: 204 in Anlehnung an Latzer et al. 2014: 4).

in speziellen routinierten und faktenbasierten Bereichen wie der Sport- oder Finanzberichterstattung vor (Neuberger/Nuernbergk 2015: 209-210). Viele der technischen Vermittlungsleistungen basieren auf der Verarbeitung von Nutzerinformationen, die von diesen teilweise absichtlich und teilweise unbewusst hinterlassen werden (Neuberger/Nuernbergk 2015: 206). Darüber hinaus fungieren die Nutzer mit ihren Social-Media-Profilen selbst als ein komplexer und nur schwer durchschau- und kontrollierbarer Informationsfilter. Die Forschung zu technischen Vermittlungsleistungen steckt noch in ihren Kinderschuhen. Erste Ergebnisse deuten auch hier eher in Richtung eines komplementären oder integrativen Verhältnisses (Neuberger 2009: 84; Neuberger/Nuernbergk 2015: 216).

3.3 Die Rolle von Blogs in der Netzwerköffentlichkeit im Internet

Einen speziellen Ausschnitt der Internetöffentlichkeit stellt die Blogosphäre dar, also das mehr oder weniger stark und dauerhaft verbundene Netzwerk verschiedener Blogs²¹ (Bruns 2005; Schmidt 2009).

Dabei handelt es sich bei Blogs zwar um *eines der ersten Social-Media-Angebote*, aber auch um ein nur schwer bestimm- und abgrenzbares Format. Das liegt zum einen an seinen vielfältigen und flexiblen Gebrauchsmöglichkeiten und tatsächlichem Gebrauch und an dem zunehmenden Verschwimmen von Angebotsgrenzen (Garden 2012; Jers 2012: 49). Aufgrund der Unschärfe des Angebotstyps, fehlender Verzeichnisse und einheitlicher Standards und Registrierungen ist eine Grundgesamtheit an Blogs praktisch nicht ermittelbar (Engesser 2013: 62; Erlhofer 2010: 147-148).²² Blogstudien können folglich keine Repräsentativität beanspruchen.

Allgemein lassen sich *normativ-ontologische* von *empirischen wissenschaftlichen Definitionsversuchen* abgrenzen. Blogs sind Websites mit umgekehrt chronologisch angeordneten Beiträgen, sogenannten Postings oder Posts versehen mit Permalinks, die meist auf bestimmten Content-Management-Systemen basieren (Schmidt 2006: 13). Außerdem verwenden sie

²¹ Die mittlerweile vorherrschende Bezeichnung „Blog“ ist die Kurzform für den zunächst gebräuchlichen Begriff „Weblog“, einem Schachtelwort aus „Web“ (vermutl. kurz für WWW) und „Logbook“, dem englischen Wort für Fahrtenbuch oder Tagebuch (Beck 2010: 29). Eine ausführliche Beschreibung der Begriffsentstehung liefern Schmidt (2006) oder Armbrorst (2006).

²² Eine Zusammenfassung verschiedener Schätzungen zu Blogs im deutschsprachigen Raum liefert Buggisch (2016).

vielfach Hyperlinks, um auf andere Seiten zu verlinken, eröffnen den Nutzern die Möglichkeit Beiträge zu kommentieren, implementieren RSS-Feeds, Trackbacks und Pingbacks, enthalten eine Archiv der eigenen Beiträge und verweisen im Rahmen einer Blogroll dauerhaft auf andere Blogs (Erlhofer 2010: 152; Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2009c: 205; Vaccari 2015: 1). Sie werden oft von Einzelpersonen geführt, aber auch von kollektiven Akteuren (Herring/Scheidt/Wright/Bonus 2005b; Papacharissi 2007).

Über Content-Management-Systeme wie beispielsweise WordPress oder Blogger lassen sich Inhalte auf einem Blog mit wenig Aufwand und technischen Kenntnissen veröffentlichen (Beck 2010: 30; Bruns/Highfield 2015: 327, Jers 2012: 49-52; Nuernbergk 2013: 227). Zunehmend verwenden auch kleinere Internetredaktionen die kostengünstige und bedienungsfreundliche Blogsoftware. Die meisten Blogs verwenden unterhaltende und humorvolle Darstellungsformen und werden nur selten mehr als einmal wöchentlich aktualisiert.

Besonders in der Anfangsphase konzentrierte sich ein Großteil der Social-Media-Forschung auf Blogs, während mittlerweile vor allem Twitter und Facebook im Zentrum der Aufmerksamkeit stehen (Larsson/Hrastinski 2011). Blogs haben sich aber als *fester Bestandteil im Social-Media-Mix mit einem spezifischen Leistungsprofil* konsolidiert. Sie dienen vor allem für tiefgründigere und längerfristige Diskussionen und Hintergundeinblicke (Dumova 2012: 260-262; Neuberger/Langenohl/Nuernbergk 2014: 49; Vaccari 2015: 6).

Es existieren viele verschiedene *Arten und Klassifizierungsversuche* von Blogs (z. B. Armbrorst 2006: 50-70; Karpf 2008; Lomborg 2009). Allgemein lassen sich Online-Tagebücher, Corporate Blogs und journalistische und Laienblogs unterscheiden (Schmidt 2006). Online-Tagebücher dienen vor allem der Selbstdarstellung und sozialen Vernetzung innerhalb von Interessensgruppen, während in Corporate Blogs die Interessen einzelner Organisationen zweckgerichtet kommuniziert und vertreten werden. Für die Kommunikationswissenschaft interessanter ist dagegen der dritte Typ der *Laien- und journalistischen Blogs*, in denen Informationen zu Themen von politischer, wirtschaftlicher, kultureller und gesellschaftlicher Relevanz publiziert werden (Davis 2009: 3). Dieser Blogtyp ist somit prinzipiell in der Lage öffentliche Vermittlungsleistungen zu erbringen und steht im Zentrum der vorliegenden Studie. Zusätzlich lassen sich Blogs auch nach ihrem thematischen Schwerpunkt differenzieren. Der Schwerpunkt der Forschung

liegt diesbezüglich auf Blogs, die sich mit politischen und gesellschaftlichen Themen befassen, auch häufig kurz als „politische Blogs“ oder „Themenblogs“ bezeichnet (Davis 2009: 3; Vaccari 2015).

Blogs können prinzipiell von allen gesellschaftlichen Akteuren betrieben werden, häufig werden sie aber von Akteuren mit einem journalistischen Hintergrund angeboten (Lenhart/Fox 2006; Schenk/Niemann/Briehl 2014: 11; Garden 2016). Politische Blogger unterhalten dabei meist mehr als einen Blog oder steuern Inhalte zu verschiedenen Blogs bei. Themenblogger sind überwiegend männlich, überdurchschnittlich hochgebildet, mittleren Alters und berufstätig (Schenk/Niemann/Briehl 2014: 9-13). Im Verhältnis zur *Gesamtgesellschaft* handelt es sich bei *Bloggern* nur um *einen kleinen, aber durchaus einflussreichen Anteil* und nicht um breite Bevölkerungsteile.

Unter *politischen Blogs* existieren hinsichtlich der Aufmerksamkeitskonzentration hierarchische Strukturen. Sogenannte A-List-Blogs, die ein großer Einfluss und eine hohe Relevanz und Sichtbarkeit kennzeichnen, bilden einen stark vernetzten Kern innerhalb der Blogosphäre, im Gegenteil zu einer Vielzahl von Blogs zu Nischenthemen oder mit geringerer Reichweite, die aber auf A-List-Blogs verlinken (Bruns/Highfield 2015: 328; Hindman 2009; Meraz 2009: 685; Vaccari 2015).

Politische Blogger verfolgen verschiedene Ziele. Obwohl sie durchaus auch wirtschaftlich motiviert sind, gelingt es nur den wenigsten mit dem Bloggen ein Einkommen zu erzielen. Ein weiteres wichtiges Ziel ist aber auch, einen Beitrag zur Meinungsbildung zu leisten (Schenk/Niemann/Briehl 2014: 24-28). In ihrem Selbstverständnis und ihrer Motivstruktur ähneln politische Blogger Internetjournalisten (Malik/Scholl 2009). Journalistische Qualitätsmerkmale wie Objektivität, Aktualität, Richtigkeit und Relevanz werden von politischen Bloggern hochgeschätzt (Schenk/Niemann/Briehl 2014: 34).

Insgesamt zeigt sich *ein komplexes Verhältnis zwischen politischen Bloggern und dem Journalismus*. Im Rahmen von überraschenden Ereignissen bzw. der Live-Berichterstattung machen Blogs dem Journalismus erfolgreich *Konkurrenz* (Bruns/Highfield 2015: 327; Eberwein/Pöttker 2009). Ansonsten *überwiegt* auch hier ein komplementäres oder integratives Verhältnis. Hinsichtlich der Themenfindung beeinflussen sich Blogger und Journalisten gegenseitig (Bowman/Willis 2003: 12; Meraz 2011; Sweetser/Golan/Wanta 2008; Zhou/Moy 2007). Blogs dienen vor allem bei Expertenthemen als Quelle, aber überwiegend produzieren Blogs ihre Inhalte im Anschluss an die Berichterstattung von Ablegern traditioneller Medien im Internet (Salgado 2014: 283-284). Darüber hinaus betreiben viele

traditionelle Massenmedien, allen voran Printmedien, inzwischen eigene Blogs auf ihrer Website. In Form von Blogs werden hier Diskussionen oder Meinungen publiziert. Darüber hinaus verbreiten Journalisten aktiv Inhalte über Blogs, aber auch Blogger werben beispielsweise in Kommentaren zur Berichterstattung traditioneller Medien im Netz für das eigene Angebot. Blogs dienen demnach häufig der Metakommunikation und der Beobachtung der gesellschaftlichen Selbstbeobachtung, indem sie Kritik an der klassischen Berichterstattung üben (Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2009d: 276-278; Nuernbergk 2013: 243).

Obwohl die Mehrheit der Blogs nur eine kleine *Nutzerschaft* erreicht, erzielen einige wenige A-List-Blogs beeindruckende *Reichweiten* (Bruns/Jacobs 2006; Emmer/Vowe/Wolling 2011; Gil de Zuniga/Veenstra/Vraga/Shah 2010; Nuernbergk 2013: 229-233). Insbesondere im Aggregat, als gesamte Blogosphäre oder spezifische Themennetzwerke können Blogs durchaus öffentliche Kommunikation beeinflussen (Benkler et al. 2015; Kluver 2015; Meraz 2009: 701; 570; Neidhardt 2015). Sie leisten vor allem einen Beitrag zur Meinungsäußerung und vertieften gesellschaftlichen Diskussion von Themen. Durch ihre Verlinkungen und Vernetzung untereinander und vereinzelte thematische Spezialisierung machen sie außerdem *spezifisches Expertenwissen* schnell und einfach verfügbar (Bruns/Highfield 2015: 329).

Dabei besteht eben auch die *Öffentlichkeit in der Blogosphäre* aus einer *Kombination mehr oder weniger dauerhafter Vernetzungsstrukturen zwischen Blogs* (z. B. Blogroll, Kooperationen) und *flüchtigeren, vereinzelt Verbindungen* (z. B. Verlinkungen im Text, gemeinsame Tags), die aber im Internet gleichzeitig archiviert und so langfristig sichtbar und auffindbar gemacht werden. Die Verlinkungsstruktur der Blogosphäre wurde bereits vielfach untersucht²³, wobei neben anderen Methoden auch die *Netzwerkanalyse* zunehmend zum Einsatz kam (z. B. Bruns et al. 2011; Haider 2014; Meraz 2009; Nuernbergk 2013: 146; Saffer 2013; Woo-Young/Park 2012). Mithilfe dieser Methode konnte gezeigt werden, dass auch in der Blogosphäre überwiegend *eine für die Internetöffentlichkeit typische Power-Law-Verteilung* gilt (Erlhofer 2010: 149; Meraz 2009: 691), also sogenannte skalenfreie Netzwerke überwiegen (Barabasi/Reka 1999; Watts 2004: 250-252). Viele Blogs verweisen in erster Linie auf einige wenige A-

²³ Problematisch an diesen Studien ist die Tatsache, dass sie Verlinkung mehr oder weniger mit Zustimmung gleichsetzen. Ein Link auf einen anderen Blog bzw. einen anderen Internetinhalt kann aber genauso gut für Kritik stehen (Bruns/Highfield 2015: 330). Daher ist es notwendig auch die Inhalte und Qualität der Verlinkungen zu messen.

List-Blogs, die wiederum nur selten zurückverlinken. A-List-Blogger bilden dagegen einen untereinander stark vernetzten Kern (Drezner/Farrell 2004: 7-12; Haas 2005: 391; Herring et al. 2005a: 6f.; Rutigliano 2005). Im *Zusammenspiel mit anderen Social-Media-Angeboten* oder über den Umweg über Ableger traditioneller Massenmedien können sie als *Katalysator für Themen* wirken (Barzilai-Nahon 2008; Meraz/Papacharissi 2013). Mittlerweile werden Nutzer vor allem über Verlinkungen und Verweise in Social-Media-Angeboten auf Blogs verwiesen, die in diesem Zusammenspiel eine Art Content-Anker darstellen, also einen Platz bieten für ausführlichere Darstellungen und Diskussionen, die beispielsweise auf Facebook oder Twitter angeteasert werden. Hierin liegt ihr Mehrwert für die integrierte Netzwerköffentlichkeit im Internet und gesellschaftliche Öffentlichkeit insgesamt. Die Blogosphäre kann also unter bestimmten Umständen als *den traditionellen Massenmedien nachgelagerter oder zusätzlicher Filterprozess* angesehen werden (Bruns/Highfield 2015: 328-329).

4 Transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet

In Kapitel 4 wird die transnationale Öffentlichkeit im Internet beschrieben. Hierzu wird zunächst der theoretische und empirische Forschungsstand aufgearbeitet und anschließend gemeinsam mit den aus den beiden vorigen Kapiteln gewonnenen Erkenntnissen das theoretische Modell entwickelt, das der empirischen Analyse dieser Studie zugrunde liegt. Als für die empirische Analyse in dieser Arbeit besonders bedeutsamer Ausschnitt des Internets, wird abschließend noch die transnationale Öffentlichkeit im Rahmen der Blogosphäre in den Blick genommen.

Das theoretische Modell transnationaler Öffentlichkeit im Internet basiert folglich auf der Schnittmenge der beiden zuvor beschriebenen Wandlungsprozesse, der räumlichen Entgrenzung aufgrund von Globalisierungsprozessen und der medialen Transformation von Öffentlichkeit durch das Internet. Die beiden Wandlungsprozesse durchdringen sich gegenseitig. Hinter ihnen stecken nicht einseitige Kausalannahmen, sondern komplexe Wechselwirkungen (Lule 2012; Wallner/Adolf 2014: 93, 95).²⁴ Zum einen bilden Globalisierungsprozesse die Grundlage für die Verbreitung und Weiterentwicklung des Internets²⁵ und zum anderen fördert das Internet auf den verschiedenen Ebenen, von seiner technischen Infrastruktur bis hin zu einzelnen Angeboten, potenziell globale Kommunikation. Demnach sind die Potenziale des Internets fester Bestandteil der Globalisierungsdebatte und -forschung und umgekehrt wird im Rahmen der Forschung zum Internet immer wieder auf den Einfluss von Globalisierungsprozessen verwiesen (Groshek 2009; Hafez 2005: 135; Imhof 2005: 285, 289; Martinsen 2009: 58; Peters 2007b: 288). Bucher und Büffel (2006: 146) sprechen beispielsweise in Bezug auf das Internet und im Speziellen Blogs von einem „Strukturwandel des Journalismus unter den Bedingungen einer Weltgesellschaft“.

²⁴ Wie in Kapitel 2 beschrieben kommt es im Zuge der Globalisierung und der Entgrenzung von Öffentlichkeit zeitgleich auch zu Prozessen der Lokalisierung (Winter 2010: 24). Im Rahmen der Transnationalisierung der Internetöffentlichkeit können auch lokale Ereignisse und Themen transnational verbreitet und wahrgenommen werden (Volkmer 2003: 9; Bucher 2005; Bucher/Büffel 2006: 142-144).

²⁵ Das gleiche gilt auch für andere mediale Weiterentwicklungen wie beispielsweise das Satellitenfernsehen (Hafez 2005: 135).

Wie bereits in Kapitel 2 erwähnt, impliziert die Forschung zu Öffentlichkeit allgemein immer eine (sozial-)räumliche Komponente. Durch die spezifischen medialen Bedingungen des Internets wird diese aber besonders betont. Ein Teil der transnationalen Kommunikation im Internet, also alle Arten von Kommunikationsprozessen, die über einen nationalen Bezugsrahmen hinausreichen, bis hin zu einer globalen Reichweite, erfüllen Kriterien und Ansprüche von Öffentlichkeit. Durch die Auflösung verschiedenster Grenzen im Internet kann der Raumbezug öffentlicher Kommunikation dort nicht mehr ausschließlich über „die soziale und technisch-mediale Spezifität des Medienkanals“ oder „typisierte Akteursrollen“ hergestellt werden (Wallner/Adolf 2014: 96). Durch diese Wandlungsprozesse kommt es zu einer größeren Bindung öffentlicher Kommunikation an den individuellen Akteur (Wallner/Adolf 2014: 97).

Interessanterweise haben Forscher transnationaler Öffentlichkeit das Internet bislang nur vereinzelt berücksichtigt und analysiert. Im Rahmen der Forschung zur Existenz und Beschaffenheit einer Internetöffentlichkeit wird immer wieder am Rande auf das globale Vernetzungspotenzial hingewiesen und in theoretische Konzeptionen einbezogen, ohne dass es explizit empirisch überprüft wurde (z. B. Rasmussen 2013).

Seit Entstehung und Verbreitung des Internets waren dessen Potenziale hinsichtlich einer globalen Kommunikationsplattform Bestandteil der Diskussionen zwischen *Internetutopisten* und *-dystopisten* (Halavais 2000: 7; Breidenbach/Zukrigl 2003; Leslie 2012; Kneidinger 2013: 19-25; Michailidou/Trenz/de Wilde 2014: 29-46; Heinderynckx 2015: 3167). Zu ersteren zählen beispielsweise die Renaissance des von McLuhan (1994 [1964]; 2010 [1962]) geprägten Begriffs des „Global Village“²⁶ und seine Übertragung auf das Internet, als der Realisierung des versprochenen weltumspannenden elektronischen Nervensystems (Barnett/Sung 2006: 222; Grampp 2011; Lule 2012; Kneidinger 2013: 19, 316-319) und Al Gore mit seiner berühmten Rede 1994 zu einer „Global Information Infrastructure (GII)“, in der er eine weltweit integrierte Kommunikationsplattform durch das Internet heraufbeschwört (Emmer/Wolling 2010: 37-38; Wheeler 2013: 190-191). Einige frühe Internetpioniere wie John Perry Barlow verstanden das Internet unter dem Stichwort „Cyberspace“ generell als aterritorialen

²⁶ McLuhan hatte selbst den ursprünglich in den 1950er Jahren für das Telefon verwendeten Begriff auf die globale Verbreitung des Fernsehens und das dadurch ermöglichte globale Erleben von Ereignissen übertragen. Er verwendet in seinem Werk den Begriff aber selbst nicht einheitlich. „Global Village“ beschreibt bei McLuhan einerseits eine Phase der Medienentwicklung und andererseits eine Zukunftsvision (Grampp 2011: 92-93).

Raum, frei von staatlichen Grenzen und Einflüssen sowie sozioökonomischen, ethnischen und Bildungsunterschieden (Barlow 1996; Thomaß 2007: 38). In die gleiche Richtung deutet auch Michael Haubens (1996) Konzept des „netizens“ (Leslie 2012: 81). Weitere positive Thesen zu globaler Kommunikation im und durch das Internet sind das Internet als Raum zur Pflege kultureller Besonderheiten oder zur Erneuerung kultureller Minderheiten und die Demokratisierung durch das Internet vor allem in nicht-demokratischen Gesellschaften (Breidenbach/Zukrigl 2003).

Zu den *Internetdystopisten*, die sich zu der Entgrenzung der Kommunikation durch das Internet geäußert haben, gehören Hafez (2005) und Berger (2009), die transnationale Kommunikation im Netz für eher unwahrscheinlich ansehen, und vor allem der Forschungszweig der unter dem Schlagwort „Global Digital Divide“ subsumiert wird (Marr 2005; Marr/Zillien 2010: 257). Auch das angeblich weltweite Demokratisierungspotenzial des Internets wurde vielfach anzweifelt (Breidenbach/Zukrigl 2003). Die Studie von Groshek (2009) über 152 Länder ermittelt, dass das Ausmaß der Internetverbreitung ein signifikanter Prädiktor für demokratischere Regierungssysteme ist. Dieses Ergebnis galt allerdings insbesondere für Industrieländer mit verhältnismäßig langer demokratischer Tradition. Nisbet, Stoycheff und Pearce (2012) zeigen anhand verschiedener afrikanischer und asiatischer Länder, dass eher Mikro-Daten, wie die individuelle Internetnutzung, als Makro-Daten, wie die generelle Internetverbreitung einen Einfluss auf die Einstellung der Bürger zur Demokratisierung haben. Weitere Kritiker beziehen sich auf den angeblichen Niedergang von Sprachen und Kulturen im und durch das Internet sowie die drohende Gefahr des Kulturimperialismus (Leslie 2012: 81-82).

Dem Internet wurde eine Entbettung der Kommunikation von Raum und Zeit konstatiert (Bucher 2002: 524). In Anlehnung an Giddens (1990) wird darunter das Lösen von sozialen Beziehungen aus ihren geografischen Interaktionszusammenhängen verstanden. Konkret auf das Internet bezogen bedeutet Entbettung, dass Kommunikation dort beispielsweise kein definierbares Verbreitungsgebiet, keine bestimmbare Reichweite und keine Begrenzung der Anbieter ermöglicht. Durch eine zunehmende Entbettung steigt das Risiko eines kommunikativen Scheiterns, da Qualitäts- und Gütekriterien transnationaler öffentlicher Kommunikation aus Sicht des einzelnen Rezipienten oftmals noch schwerer einzuschätzen sind. Dadurch wird die Vertrauenssicherung im Rahmen von transnationaler Öffentlichkeit im Internet noch bedeutsamer (Bucher 2002: 524). Auch van Dijk (2006 [1999]: 173) betont die Loslösung der Öffentlichkeit von einem bestimmten Territorium als zentrales Merkmal der Öffentlichkeit im Internet.

In der gleichen Tradition steht Winter (2010: 29), der im Internet „transnationale diskursive Arenen“ beschreibt, die nicht länger an traditionelle territorialstaatliche Grenzen gebunden sind. Obwohl zu Beginn vereinzelt vorhergesagt wurde, dass sich unter anderem durch die länderübergreifende Verlinkung ethnische und andere Identitätsmarker im Internet auflösen oder zumindest eine undeutende Rolle spielen werden, konnte gezeigt werden, dass eher das Gegenteil der Fall ist (Nakamura 2002).

Die Dichotomie zwischen Utopisten und Dystopisten greift auch bezüglich transnationaler Öffentlichkeit im Internet zu kurz, da in diesem Kontext ebenfalls die zuvor beschriebenen komplexen und durchaus gegenläufigen Entwicklungsprozesse gleichzeitig ablaufen (Kapitel 2). Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die technische Infrastruktur der Kommunikationsplattform Internet generell globale öffentliche Kommunikation ermöglicht, wie kein anderes Medium²⁷ zuvor, aber der tatsächlichen sozialen Realisierung dieser Potenziale auch zahlreiche Hindernisse im Wege stehen (Hafez 2005: 135; Wallner/Adolf 2014: 96).

Insgesamt besteht der *Forschungsstand zu transnationaler Öffentlichkeit* im Internet überwiegend aus theoretischen Arbeiten und weniger aus umfassenden empirischen Studien, was nicht zuletzt der Komplexität des Phänomens geschuldet ist. Die verschiedenen Konzepte transnationaler Öffentlichkeit im Internet entstammen genau wie Konzepte zur allgemeinen Internetöffentlichkeit (Kapitel 3) meist einer deliberativen Sichtweise oder der Gegenöffentlichkeitsperspektive (z. B. Winter 2010; siehe auch Martinsen 2009: 61). Die verschiedenen Definitionsversuche greifen dabei teilweise die Netzwerkmetaphorik auf und teilweise erwähnen sie grenzüberschreitende Kommunikationsflüsse (z. B. Kneidinger 2013: 319). Benkler (2006: 177-178) spricht bereits im Rahmen seiner Konzeption von Internetöffentlichkeit von bestimmten Praktiken im Internet, die eine öffentliche Netzwerk-Sphäre generieren können: „practices can become an initial step in generating public opinion in the public sphere if they are nodes in a network of communications that do cross associational boundaries.“ Er spricht zwar nicht von nationalen oder kulturellen Grenzen, sondern allgemein von Assoziationskriterien, die öffentliche Sphären zusammenhalten, generell kann es sich dabei aber durchaus auch um territoriale oder kulturelle Grenzen handeln. Bohman (2004) hebt dagegen spezifischer auf die Konsequenzen in Bezug auf Raum und Zeit durch die Internetöffentlichkeit ab:

²⁷ Wie bereits in Kapitel 3 erläutert, handelt es sich beim Internet um ein Hybridmedium, das ältere Medien und Kommunikationsformen integriert. Daher ist der Vergleich mit herkömmlichen Massenmedien an dieser Stelle eigentlich nur bedingt zulässig, ist aber in der Forschung Tradition.

„At the very least, computer-mediated communication offers a potentially new solution to the problem of the extension of communicative interactions across space and time and thus, perhaps, signals the emergence of a public sphere that is not subject to the specific linguistic, cultural and spatial limitations of the bounded national public spheres that have up to now supported representative democratic institutions. This network-based extension of dialogue suggests the possibility of re-embedding the public sphere in a new and potentially larger set of institutions.” (Bohman 2004: 135)

Anhand des Teilsystems Wissenschaft konstatiert er, dass eine transnationale öffentliche Sphäre im Internet bereits dann entsteht, wenn zwei kulturell verwurzelte Sphären sich kreuzen oder überlappen, vergleichbar mit Übersetzungen oder wissenschaftlichen Konferenzen durch die ebenfalls kosmopolitische Öffentlichkeiten in den verschiedenen akademischen Disziplinen geschaffen werden (Bohman 2004: 138)

Diese Beispiele zeigen, dass grenzüberschreitende Kommunikation im Internet bereits seit langem Bestandteil der Diskussion zur Internetöffentlichkeit sind und sich von der Konzeption transnationaler Öffentlichkeit in traditionellen Massenmedien nur bedingt unterscheiden. Auf die theoretischen Konzeptionen folgten bislang nur vereinzelte empirische Studien, die sich meist auf sehr klein begrenzte Bereiche des Internets konzentrieren und daher nur schwer auf einen größeren Kontext übertragbar sind.

Im Folgenden sollen zunächst die technischen Potenziale für eine transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet näher beleuchtet werden und anhand des Forschungsstands ihre soziale Realisierung eingeschätzt werden. Anschließend wird eine mögliche grenzüberschreitende Fragmentierung oder Integration im Rahmen der transnationalen Internetöffentlichkeit diskutiert und integrierende Mechanismen vorgestellt. Zur normativen Beurteilung des Integrationsgrades transnationaler Öffentlichkeit im Internet werden dann die von Wessler et al. (2008) herausgearbeiteten transnationalen Integrationsmechanismen auf die mediale Umgebung des Internets übertragen und vorhandene Forschungsergebnisse in diesen Rahmen eingeordnet. Abschließend werden die speziellen Bedingungen für eine transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet im Rahmen der Blogosphäre behandelt und der entsprechende Forschungsstand dargelegt.

4.1 Transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet: Technisches Potenzial und soziale Realisierung

In diesem Kapitel soll der *Forschungsstand zu einer transnationalen Netzwerköffentlichkeit im Internet* vorgestellt werden. Zu transnationaler Öffentlichkeit im Internet existieren nur wenige wissenschaftliche Publikationen, die das Phänomen in seiner Gesamtheit in den Blick nehmen. Meist werden nur einzelne Aspekte von transnationaler Öffentlichkeit sowie transnationaler politischer Kommunikation oder Teilbereiche des Internets in den Blick genommen. Neben der in der Öffentlichkeitsforschung allgemein üblichen Unterscheidung zwischen normativ-theoretischen und empirisch-analytischen Konzeptionen und Analysen von Öffentlichkeit, lässt sich im Rahmen transnationaler Öffentlichkeit im Internet noch zusätzlich zwischen jener Forschung differenzieren, die auf die Vernetzung verschiedener nationaler (oder kultureller) Sphären abhebt und solcher, die komparativ verschiedene nationale (oder kulturelle) Sphären hinsichtlich bestimmter Aspekte vergleicht. Komparative Forschung zu Internetöffentlichkeit oder ihren Teilaspekten ist verhältnismäßig selten, aber Studien zu einer vernetzten transnationalen Internetöffentlichkeit sind noch seltener. Insgesamt kann festgehalten werden, dass die Forschung zu einer transnationalen Internetöffentlichkeit noch in den Kinderschuhen steckt, auch wenn Publikationen in allen sozialwissenschaftlichen Disziplinen in den letzten Jahren zugenommen haben. Der Forschungsstand ist noch weit entfernt von einem konsistenten Verständnis, wie transnationale Internetöffentlichkeit beschaffen sein und erforscht werden sollte bzw. ob und in welcher Form eine transnationale Internetöffentlichkeit bereits soziale Realität ist.

Wichtig ist in diesem Zusammenhang wieder zwischen den *technischen Möglichkeiten* und der *sozialen Realisierung* zu differenzieren: "Globalität jedenfalls ist keine ausschließliche Frage der Medientechnik, sondern des sozialen Gebrauchs dieser Technik, auch wenn die technischen Voraussetzungen die Gebrauchsmöglichkeiten mitbestimmen." (Bucher 2002: 500) Rein technisch integriert das Hybridmedium Internet verschiedenste Kommunikationsformen und Gesellschaftsbereiche. Dadurch weist es im Vergleich zu herkömmlichen Medien „die höchste kulturelle Speicherkapazität und Flexibilität auf“ (Hafez 2005: 27). Weil es sowohl schnell ist als auch verschiedene kulturelle Informationen langfristig archiviert, ermöglicht es verschiedenen Kulturen in besonderem Maße Grenzen zu überschreiten (Hafez 2005: 27-28). Da Öffentlichkeiten das Ergebnis kultureller Austauschprozesse sind, ist es denkbar und wahrscheinlich, dass die kulturelle Entwicklung hinter der durch die verschiedenen Globalisierungsprozesse

bedingten technischen, wirtschaftlichen und politischen Integration hinterhinkt (Wessler/Brüggemann 2012: 68). Die Erwartungen waren von Beginn an hoch. Laut einer um die Jahrtausendwende durchgeführten Expertenbefragung wurde überwiegend vermutet, dass das Internet als eine Art transnationales Medium genutzt werden wird. Fast zwei Drittel der 330 befragten internationalen Experten waren der Meinung, dass „Computernetze“ diese Funktion erfüllen werden und nur ein Drittel vermutete, dass Internetnutzer fast ausschließlich Angebote aus ihrem geographischen und kulturellen Umfeld nutzen werden (Beck 2000: 182).

Allgemein halten Forscher eine transnationale Öffentlichkeit im Internet also für möglich, aber deren soziale Realisierung für eher fraglich bis unwahrscheinlich bzw. bisher nur in rudimentärer Form ausgeprägt. Anders als bei traditionellen Massenmedien, die in nationalen Mediensystemen institutionalisiert und verankert sind, hinter denen wiederum klar definierte politische Regierungsstrukturen und Bürger stehen, *ist das Internet zumindest in Teilen weniger institutionalisiert*. So beschreibt Dahlgren (2005) zwar das Vorhandensein transnationaler Foren und globaler Vernetzung, bezweifelt aber die Existenz einer tragfähigen Zivilgesellschaft im Internet:

„Transnational forums, global networking, and opinion mobilization are very much evident on the Net, yet the mechanisms for transforming opinion at the global level into decisions and policies are highly limited, to say the least. There are simply few established mechanisms for democratically based and binding transnational decision making. While we might see the embryonic outlines of a global civil society (cf. Keane 2003), its full realization is not on the horizon, even if the idea is a powerful and progressive element of the social imaginary.“ (Dahlgren 2005: 153)

Auch Neuberger ist unter Verweis auf Hafez (2005) der Auffassung, dass im Internet kein globales Dorf entstanden sei (Neuberger 2009: 27). Frühe Studien zu transnationaler Öffentlichkeit im Internet konstatieren hier ein „Abbild der Offline-Öffentlichkeit“ (Wessler/Brüggemann 2012: 78). Auch das Internet bzw. das WWW bestünde vor allem aus nationalen Netzwerken (Wessler/Brüggemann 2012: 78).

Neben der Frage nach einer generellen Existenz bzw. der Wahrscheinlichkeit einer transnationalen Öffentlichkeit im Internet, beschäftigten sich verschiedene Wissenschaftler mit der *theoretischen Konzeption* und der Beschaffenheit einer solchen Öffentlichkeit. Bucher (2002: 500) betont bereits zu Beginn der Nullerjahre, dass „Globalität“ nicht an eine bestimmte Medientechnik gebunden, sondern eine Frage des „sozialen Gebrauchs“ verschiedener Technologien ist. Er betont darüber hinaus, dass es aber bestimmte Besonderheiten globaler Kommunikation im Internet gibt, die mit der spezifischen Technologie zusammenhängen. Er fasst diese mit den

Stichworten Beschleunigung, hochgradige Vernetzung (Connectivity), Anbietervielfalt, Interaktivität, Multimedialität und Unbegrenztheit der Speicher-Ressourcen zusammen (Bucher 2002: 501).

Barnett und Sung (2006) haben bereits in den Nullerjahren ein strukturelles Netzwerk-Modell für transnationale Kommunikation im Internet entwickelt und untersucht. Dabei beziehen sie verschiedene soziale Aggregationsebenen von der Mikro- bis zur Makroebene mit ein und berücksichtigen ebenfalls eine inter- sowie supranationale Vernetzung via inter- und supranationaler Organisationen, NGOs und transnationaler Unternehmen. Ihr Modell umfasst dabei sowohl die Kommunikation mittels traditioneller als auch elektronischer Medien wie dem Internet (Barnett/Sung 2006: 220-222). Sie untersuchen ihr Modell anhand von Hyperlinkstrukturen und dem Einfluss verschiedener kultureller Dimensionen, die sie allerdings im Rahmen einzelner Nationen operationalisieren. Einen Bezug zur Öffentlichkeitstheorie stellen sie dabei nicht her und messen ebenfalls keine inhaltlichen Merkmale der einzelnen Verlinkungen.

Die Mitglieder des Europub-Projekts, in dessen Rahmen auch eine Studie zu transnationaler Öffentlichkeit im Internet durchgeführt wurde, arbeiten mit einem Sphärenmodell, das sie aber nicht explizit auf bestimmte Medien zuschneiden. Sie unterscheiden hier die verschiedenen Sphären national-Heimatland, national-Europäisches Land, europäisch-supranational, national-außereuropäisches Land und nichteuropäisch-supranational voneinander und untersuchen jeweils Vernetzung über verschiedene Kommunikationsbeziehungen zwischen ihnen anhand von Claims (Koopmans/Statham 2010a: 38-43). Ihr Ausgangspunkt sind dabei Akteure und ihre spezifischen politischen Gelegenheitsstrukturen. Untersucht werden sollen einerseits Einflüsse von Akteuren auf transnationale Kommunikation über die Medien und in umgekehrter Wirkrichtung der Einfluss von Medien auf transnationale Kommunikation. Das Internet bzw. politische Internetkommunikation verorten sie dazwischen, indem sie ausschließlich seine Funktion als alternativer Kommunikationskanal für kollektive Akteure berücksichtigen (Koopmans/Statham 2010a 46). Auch in der entsprechenden Studie werden Internetkommunikation und klassische Medienberichterstattung ausschließlich in Opposition zueinander analysiert (Koopmans/Zimmermann 2010). Die Tatsache, dass das Internet durchaus auch Teile der klassischen Medienberichterstattung integriert, wird dabei hintenangestellt.

Michailidou, Trenz und de Wilde (2014: 56) sehen transnationale Öffentlichkeit besonders in einzelnen Themenöffentlichkeiten realisiert, bei deren Entstehung und Beschaffenheit neue Medien eine entscheidende Rolle spie-

len: „The democracy-enhancing potential of the online public sphere is assessed in its capacity to open up the exclusive and hierarchically structured communicative spaces of the nation state.“ (Michailidou/Trenz/de Wilde 2014: 59) Sie schlagen ein dreidimensionales Modell für transnationale Öffentlichkeit im Internet vor, um der Komplexität des Phänomens gerecht zu werden. Die von ihnen verfolgten drei Dimensionen sind „Publicity“, im Sinne einer Steigerung von Transparenz des politischen Prozesses, indem eine große Bandbreite politische Informationen verbreitet wird; „Participation“, hier verstanden als Ermöglichung vielfältiger Positionen und Debatten durch interaktive und partizipative Formate, und „Public Opinion Formation“, als Ausdruck überlegter Meinungen und Bewertungen (Michailidou/Trenz/de Wilde 2014: 66). Um diese doch noch recht abstrakt verbleibenden Dimensionen zu messen schlagen sie Forschern vor, sich auf die Messung von Akteuren, ihren Verortungen und die Modi ihrer Debatten im Internet zu konzentrieren (Michailidou/Trenz/de Wilde 2014: 67). Sie selbst überprüfen ihr Modell empirisch im Rahmen von zwei Studien: Auf eine Analyse der Internetdiskurse in verschiedenen Websites während der Europäischen Parlamentswahlen 2009 (de Wilde/Michailidou/Trenz 2013) folgte eine Analyse der Diskurse zur Eurokrise im Internet in verschiedenen Ländern (Michailidou/Trenz/de Wilde 2014). Ihre drei Dimensionen messen sie über die Indikatoren Anbieterinformationen und Vernetzung der Anbieter, Sichtbarkeit der Website und Diffusion von einzelnen Threads (Publicization), Akteursvariablen zu Herkunft und Typ, Anzahl der Kommentare einzelner Beiträge und Interaktionstypen (Participation), Thema und Perspektive, erwähnte EU-Politikfelder, Krisen- und Ereignisframes, Bandbreite der Argumente und Grad der Überzeugungskraft (Public Opinion Formation) (Michailidou/Trenz/de Wilde 2014: 84-85).

Diese verschiedenen theoretischen Modelle zu transnationaler Öffentlichkeit im Internet unterscheiden sich stark hinsichtlich ihrer theoretischen Ausgangsperspektive und Herangehensweise sowie dem Grad der Ausarbeitung und Berücksichtigung spezifischer Eigenschaften des Internets. Gemein ist ihnen jedoch die Verwendung der Netzwerkmetapher, die teilweise auch, wie im Fall des Europub-Projekts, empirisch operationalisiert wird.

Die *drei transnationalen Entgrenzungsdimensionen von Öffentlichkeit* nach Wessler und Brüggemann (2012: 75) können auch auf das Internet übertragen werden und als Struktur zur Beschreibung seines technischen Po-

tenzials in diesem Kontext dienen: Infrastruktur, Akteure und Inhalte (Kapitel 2.2).²⁸ Hinsichtlich der *Infrastruktur* ist das Internet per se ein globales Medium. Mithilfe von Kabel- und Satellitenverbindungen kann theoretisch jeder noch so entlegene Winkel der Erde an das Internet angeschlossen werden. De facto ist das aber nicht der Fall. Europa und Nordamerika bilden unter anderem durch transatlantische Überseekabel einen zentralen, stark verbundenen Kern, an den andere Kontinente und Weltregionen wie Asien, Lateinamerika und Afrika unterschiedlich stark angeschlossen sind. Der afrikanische Kontinent beispielsweise ist nur über den Umweg mit Europa oder Mittel- und Südamerika mit dem nördlichen Teil des amerikanischen Kontinents verbunden (TeleGeography 2012). Neben dem generellen Anschluss an das Internet spielt auch die Qualität der Verbindung eine Rolle. Derartige Zentrum-Peripherie-Strukturen wiederholen sich auf regionaler und nationaler Ebene (Reka/Barabasi 2002). Selbst in Ländern mit einer hohen Internetdurchdringung wie Deutschland, sind ländliche Regionen oftmals wesentlich schlechter angebunden, als städtische. Und auch hinsichtlich der Angebote und Services im Internet kommt es nicht zu einer homogenen weltweiten Verbreitung. Diese sind zwar prinzipiell global zugänglich, aber hinsichtlich der Produktion und Nutzung zeigen sich nationale und kulturelle Besonderheiten und Eigenarten (Wright/Averbeck 2012: 87). Ein Großteil der Software und Services wird in den USA entwickelt und die Mehrheit der Internetangebote ist englischsprachig, gefolgt von russisch- und deutschsprachigen Angeboten (Statista 2016: 12).²⁹ Außerdem beeinflussen Staaten und große Unternehmen die globale Infrastruktur des Internets (Kluver 2015: 570-571; Schäfer/Rauchfleisch 2015), die somit anderen Infrastrukturen wie beispielsweise Straßen, Schienen und Funkmasten ähnelt.

In Bezug auf die beteiligten *Akteure* erweitern sich die Zugangsmöglichkeiten für *Sprecher* in der Öffentlichkeit im Internet. Neben nationalen und transnationalen Medien und einzelnen Journalisten, stellen verschiedene politische und zivilgesellschaftliche Akteure Öffentlichkeit her. Besonders NGOs und sozialen Bewegungen wird in der Forschung meist ein großes Potenzial der grenzüberschreitenden Kommunikation zugeschrieben. Aber

²⁸ Wessler und Brüggemann (2012) differenzieren eigentlich die vier Entgrenzungsdimensionen Infrastruktur, Akteure (hier: Sprecher), Inhalte und Publika. Aufgrund der interaktiven Beschaffenheit des Internets werden in diesem und den folgenden Kapiteln Kommunikatoren und Rezipienten unter der Dimension Akteure zusammengefasst.

²⁹ Diese Ergebnisse stehen in der Tradition der langjährigen Diskussion zu einem weltweit einseitigen Nachrichtenfluss (Alscheid-Schmidt 1991), der sich im Internet fortsetzt.

auch einfache Bürger haben vor allem über die verschiedenen Social-Media-Angebote die Möglichkeit als Sprecher in grenzüberschreitenden Diskursen aufzutreten (*transnationale Partizipation*) (Dahlgren 2005: 159; Trappel 2008: 145; Baringhorst 2009). Darüber hinaus verliert das *transnationale Gatekeeping* für Vermittler im Internet an Bedeutung, dafür kommen aber neue Aufgaben wie das Moderieren und Einordnen transnationaler Diskurse (*transnationales Gatewatching*) hinzu. Umgekehrt machen im Rahmen der Internetöffentlichkeit getätigte Aussagen nicht an den Grenzen nationaler *Publika* halt. Durch die Vernetzung im Internet werden nationale Inhalte weltweit auffindbar und sichtbar. Als Haupthindernis können hier Sprachbarrieren angeführt werden, aber durch die zunehmende Mehrsprachigkeit zumindest in westlichen Industrienationen und Übersetzungssoftware, wie beispielweise Google Translate, können auch diese Hürden immer einfacher überwunden werden (Barton/Lee 2013: 60-64). Schwerwiegender sind hier kulturelle Unterschiede und Eigenarten, die durchaus auch innerhalb von Sprachräumen auftreten. Eine kulturelle Übersetzung ist immer noch dem einzelnen Rezipienten überlassen und vermutlich auch nur schwer zu automatisieren. Dennoch können *Publika* im Internet als grenzüberschreitende Netzwerke einzelner nationaler und supranationaler Akteure bestehen. Bohman (2004: 138-139) prägte in Bezug auf die Vernetzung verschiedener Teilpublika im Internet den Begriff der „public of publics“. Er weist darüber hinaus darauf hin, dass diese vernetzten *Publika* nicht an der größeren kulturellen Einheitlichkeit und räumlichen Kongruenz nationaler *Publika* gemessen werden dürften. Eine so beschaffene Publikumsstruktur ermöglicht eine „decentred public sphere with many different levels“ (Bohman 2004: 139). Zusätzlich werden diese Publikumsnetzwerke den einzelnen Mitgliedern auch noch zurückgespiegelt. Je nach Angebot werden Nutzerzahlen und –zusammensetzung sichtbar gemacht, beispielsweise über Freundes- oder Followerlisten in sozialen Netzwerken und Twitter, oder über die Veröffentlichung von Web-Analytics-Angaben auf Blogs. So ist es für einzelne Nutzer möglich bis zu einem gewissen Grad die anderen Publikumsmitglieder zu beobachten, zu kontaktieren und mit ihnen das Rezipierte zu diskutieren (*transnationale Anschlusskommunikation*). Es ist anzunehmen, dass unter anderem aufgrund der Ressourcenvorteile der Umweg über herkömmliche Vermittler auch in transnationaler Hinsicht die dominierende kommunikative Verbindung im Internet bleibt, aber daneben treten direkte, unvermittelte Verbindungen zwischen Politikern und anderen Sprechern und dem Publikum über nationale Grenzen hinweg (*transnationale Disintermediation*).

In Bezug auf die *Medieninhalte* entgrenzt sich Öffentlichkeit im Internet besonders durch die Hypertextstruktur. Die grenzüberschreitende Vernetzung der Akteure wird durch die netzwerkartige Infrastruktur des Internets vereinfacht und unterstützt. Neben das Tätigen von Aussagen und die Rezeption treten technische Vernetzungen durch Verschlagwortung und besonders durch Hyperlinks. Transnationale Öffentlichkeiten bilden sich vor allem um einzelne Ereignisse, Themen und Interessengruppen heraus (Heinderyckx 2015: 3167-3168).

Nach der Beschreibung der transnationalen technischen Potenziale des Internets werden im Folgenden die verschiedenen Forschungsergebnisse im Hinblick auf ihre soziale Realisierung entlang der von Wessler und Brüggemann (2012) vorgeschlagenen Entgrenzungsdimensionen aufgearbeitet.³⁰

4.1.1 Entgrenzungen der Infrastruktur im Internet

Die globale Infrastruktur des Internets hat sich seit seiner Entstehung sowohl hinsichtlich des allgemeinen Anschlusses an das Internet und der tatsächlichen Nutzung als auch in Bezug auf Datenverkehr und Übertragungskapazität stetig vergrößert (Hafez 2005: 136; Zimmer 2009). Dabei ist die Infrastruktur keinesfalls homogen über die Welt verteilt, sondern zeigt verschiedene *Zentrum-Peripherie-Strukturen* auf (Reka/Barabasi 2002; Himmelboim 2010; Wessler/Brüggemann 2012: 102). Diskutiert wurde in diesem Zusammenhang auch, ob es sich beim Internet tatsächlich um eine globale Kommunikationsinfrastruktur handelt, oder ob das Internet nicht vielmehr verschiedene Metropolen weltweit vernetzt (Townsend 2001), während ländliche Gebiete ausgegrenzt werden (Imhof 2005: 285). Die Verbindungen mit peripheren Nationen im Rahmen des weltweiten Telekommunikations-Netzwerks nehmen aber zu (Lee/Monge/Bar/Matei 2007).

Die verschiedenen Weltregionen sind folglich unterschiedlich gut an das Internet angebunden (Zimmer 2009; Statista³¹ 2016: 22). Ein Teil der durch *unterschiedliche Anschlüsse und Bandbreiten* verursachten Unterschiede

³⁰ Eine ähnliche Aufteilung der Beschreibung von Charakteristika der transnationalen Kommunikation im Internet liefert Soffer (2013: 58-62).

³¹ Bei den Länderverweisen auf die Statista World Stats (Statista 2016) in dieser Arbeit liegt der Fokus immer auf den deutsch-, englisch- und spanischsprachigen Ländern und Weltregionen, die in der im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Untersuchung im Vordergrund stehen.

kann mittlerweile durch die steigende mobile Internetnutzung aufgefangen werden (McCarthy 2014: 3; Pew Research Center 2015).³² Insgesamt ist die *Internetnutzung* weltweit von 121 Millionen im Jahr 1997 (2% der Weltbevölkerung) auf rund drei Milliarden (40,7% der Weltbevölkerung) im Jahr 2014 angestiegen. Laut Prognose wird diese Zahl bis zum Jahr 2019 auf rund vier Milliarden (51,5% der Weltbevölkerung) ansteigen (Statista 2016: 7, 21). Die Niederlande sind im Jahr 2014 mit 96 Prozent weltweit die Nation mit dem größten Anteil Internetnutzer an der Bevölkerung, gefolgt von Kanada (93%) und Südkorea (92%). Die anglophonen Länder Großbritannien (90%), Australien (89%) und USA (87%) liegen auf den Plätzen vier, fünf und acht. Die deutschsprachigen Nationen Deutschland (87%) und Österreich (84%) belegen die Plätze sieben und zwölf. Spanischsprachige Nationen zeigen ein schlechteres Verhältnis von Internetnutzern und Bevölkerung. Spanien liegt mit 74 Prozent auf Rang 13. Die Top-10-Liste der Länder mit dem größten Anteil Internetnutzer an der Gesamtbevölkerung umfasst ausschließlich Industrienationen und keine Schwellen- oder Entwicklungsländer (Statista 2016: 10). Fasst man die Internetpenetration nach Weltregionen zusammen, dann zeigt sich folgendes Bild: Rund 88 Prozent der Nordamerikaner nutzen das Internet, 74 Prozent der Europäer, 73 Prozent der Australier oder Ozeanier, 56 Prozent der Lateinamerikaner und der Karibik, 52 Prozent des Nahen Ostens, 40 Prozent der Asiaten und 29 Prozent der Afrikaner. Der weltweite Durchschnitt liegt bei 46 Prozent (Statista 2016: 22).

In Bezug auf den tatsächlichen *Datenaustausch im Internet*, dem Traffic, spricht Hafez (2005: 136) davon, dass „die Hauptschlagader des Internetaustauschs“ zwischen den USA und Europa durch den Atlantik verläuft, wobei der Informationsaustausch asymmetrisch ist. Es fließen wesentlich mehr Daten in Richtung Europa als umgekehrt. Der Umfang des transatlantischen Austauschs liegt dabei aber in beide Richtungen weit über dem transpazifischen, als zweiter zentraler Achse des Internetverkehrs (Hafez 2005: 136). Aktuelle Daten bestätigen Hafez' Aussagen, die auf Zahlen um die Jahrtausendwende beruhen. Das monatliche Datenvolumen des weltweiten IP-Traffics lag 2014 bei 59.851 Petabyte. Bis zum Jahr 2019 wird ein konstanter Anstieg auf 167.973 Petabyte prognostiziert (Statista 2016: 47). Der überwiegende Anteil des privaten IP-Traffics wird dabei über das stationäre Internet erfolgen, auch wenn der Anteil der mobilen Verbreitung

³² Auch die Verteilung der verfügbaren Wi-Fi-Locations und Hotspots ist über die verschiedenen Weltregionen ungleich verteilt. Im Februar 2015 befanden sich 18.307 Hotspots in Europa, 12.512 in Nordamerika, 2.860 in Asien und 472 in Australien. In Deutschland allein wurden 6.511 Hotspots gezählt (Statista 2016: 52).

zunimmt (Statista 2016: 48). Unterteilt nach Weltregionen zeigen sich folgende Unterschiede: Der größte private IP-Traffic fällt 2014 in Nordamerika an (16.611 Petabyte), dicht gefolgt vom asiatischen und pazifischen Raum (16.433 Petabyte). Europa kommt insgesamt auf 10.339 Petabyte, Lateinamerika auf 3.412 Petabyte. Und Afrika und der Nahe Osten auf 948 Petabyte (Statista 2016: 49). Aufgrund der Angaben zum Datenverkehr im Internet können noch keine Aussagen zu transnationaler Öffentlichkeit getroffen werden, da sie keine Auskunft darüber geben, wer das Internet nutzt und ob es für kommerzielle oder gesellschaftliche Zwecke genutzt wurde. Es handelt sich aber durchaus um wichtige Informationen zur Infrastruktur, auf der eine transnationale Öffentlichkeit erst aufsetzen kann. Die unter anderem von Hafez (2005: 136) getroffene Feststellung unterschiedlicher geografischer Schwerpunkte anstatt eines „gleichmäßig gewobenen Netzes“ besitzt nach wie vor ihre Gültigkeit. Realistischer sei es von einem „transatlantischen Datenhighway“ und vielen schlecht ausgebauten, un-asphaltierten Landstraßen zwischen den anderen Ländern und Weltregionen zu sprechen (Hafez 2005: 138).

Ein weiterer Indikator für eine globale Infrastruktur ist die *Verteilung der Bandbreiten*, wobei Barnett und Park (2005) zeigen können, dass Bandbreite (Datenübertragungskapazität) und Internettraffic (tatsächlicher Datenverkehr) wie im vorigen Absatz beschrieben positiv miteinander korrelieren. Problematisch daran ist, dass nicht alle Länder Informationen zu Internetbandbreiten veröffentlichen (Seo/Thorson 2012: 350). In ihrer Studie untersuchen Seo und Thorson (2012) die weltweite Vernetzung anhand von TeleGeography-Daten zu Bandbreitenverteilung in über 170 Ländern zwischen den Jahren 2002 und 2010. Es zeigt sich eine generelle Steigerung der Bandbreiten sowohl hinsichtlich der Kapazitäten als auch der Dichte des weltweiten Netzwerks und eine internettypische Power-Law-Verteilung. Über den Untersuchungszeitraum hinweg stehen die USA im Zentrum des Netzwerks, dicht gefolgt von Großbritannien und Deutschland. Im Jahr 2002 lagen noch andere europäische Länder wie Frankreich, Italien und die Niederlande auf den vordersten Plätzen, wurden dort aber im Jahr 2010 von asiatischen Ländern wie Singapur und China verdrängt. Insgesamt verändert sich die Zusammensetzung der Top-10-Länder aber nicht, sondern nur die Positionen der Länder innerhalb dieser Rangliste (Seo/Thorson 2012: 350). Seo und Thorson (2012) vermuten, dass es innerhalb der weltweiten Power-Law-Verteilung von Bandbreiten zu einer Art Matthäus-Effekt kommt, wie er bereits mehrfach für verschiedene Aspekte des Internets konstatiert wurde (van Dijk 2006 [1999]). Ohnehin technologisch fortschrittliche Länder können ihren Vorsprung zukünftig exponentiell ausbauen:

„This has important implications for diplomacy, trade, and global activism in the age of information technology and online social networking. For example, this suggests that countries that use these technologies effectively will, *ceteris paribus*, gain long-lasting and growing advantages if they do so sooner rather than later.“ (Seo/Thorson 2012: 354).

Diese strukturellen Ungleichheiten setzen sich auf den höheren Strukturebenen des Internets fort. Auch die Entwickler und Anbieter von *Software und einzelnen Services und Internetangeboten* stammen überwiegend aus dem englischsprachigen Raum und dort besonders aus den USA. Das gilt insbesondere auch für *Social-Media-Angebote*. Weltweit erfolgreiche Social-Media-Marken wie beispielsweise Facebook, YouTube oder Twitter erfreuen sich zwar einer fast weltweiten Nutzung³³, wurden aber von US-Amerikanern entwickelt bzw. werden von US-amerikanischen Unternehmen geführt. Das hat neben ökonomischen auch kulturelle Implikationen für die Nutzung dieser Angebote in verschiedenen Ländern. Beispielsweise zwingt die Begrenzung von Nachrichten auf Twitter Angehörige von Sprachgruppen, die auf dem lateinischen Alphabet beruhen zu Knappheit und Prägnanz. In asiatischen Schriften wie beispielsweise der chinesischen Han-Schrift lässt sich mit 140 Zeichen eine Menge mehr ausdrücken (Liu 2016). Theoretisch ermöglichen die verschiedenen Social-Media-Angebote mit ihren jeweils spezifischen Kombinationen von Informationsvermittlung und Beziehungs- und Identitätsmanagement eine weltweite Informationsverbreitung und Kontaktaufnahme und -pflege. Dieser globalen Kommunikation stehen aber bereits aufseiten der Infrastruktur einige Hindernisse im Wege. Für die Bewegtbild-Plattform Youtube existieren viele unterschiedliche Länderversionen und der Abruf einiger Inhalte ist auf bestimmte geografische Räume beschränkt. Zahlreiche Länder Afrikas und Mittel- und Südasiens haben keine eigene Länderversion der Plattform genau wie vereinzelte Länder in Südamerika und der Karibik. Außerdem sind gerade Social-Media-Angebote immer wieder Gegenstand staatlicher Zensurbemühungen. Länder wie die Türkei, China, Pakistan, Marokko, Thailand, Iran und Libyen haben YouTube dauerhaft oder zumindest über bestimmte Zeiträume hinweg blockiert (Reporters Sans Frontieres [RSF] 2014; Schäfer/Rauchfleisch 2015). Ähnliches gilt auch für soziale Netzwerke und Microblogging-Dienste. Auch wenn Facebook sich in westlichen Industrieländern als dominantes Angebot etabliert und nationale Varianten wie StudiVZ in Deutschland mehr oder weniger verdrängt hat, gilt dies längst nicht weltweit. In Russland und den Ländern der ehemaligen Sowjetunion ist das

³³ Social Media wie soziale Netzwerke werden besonders im asiatisch-pazifischen Raum und in Lateinamerika stark genutzt (McCarthy 2014: 4).

soziale Netzwerk VKontakte das beliebteste soziale Netzwerk. Nach einer umkämpften Übernahmeschlacht gehört es mittlerweile dem regierungsnahen russischen Unternehmen Mail.ru, das verdächtigt wird der Regierung Zugriff auf die persönlichen Informationen der Nutzer zu ermöglichen (Spiegel Online 2014). Westliche soziale Netzwerke wie Facebook sind in China nicht zugänglich, da sie von der „Great Firewall“ der chinesischen Regierung abgeschirmt werden. Daher haben sich in China andere Angebote etabliert als im Rest der Welt. Die beliebtesten und meist genutzten Social-Media-Angebote sind dort QZone, das sich stark an Facebook orientiert, Sina Weibo, ein Twitter-Imitat und Weixin/WeChat, in Anlehnung an WhatsApp. Sämtliche chinesischen Social-Media-Angebote werden allerdings staatlich überwacht (Chiu/Ip/Silverman 2012; Liu 2016). Wie anhand dieser anekdotischen Beschreibungen gezeigt werden kann, entstehen auch auf der Infrastrukturebene von Software, Services und einzelnen Angebote gerade im Bereich der Social Media zusätzliche Verzerrungen hinsichtlich globaler Kommunikation, die durchaus auch einen Einfluss auf das Entstehen und die Beschaffenheit einer globalen Öffentlichkeit haben.

An die Diskussion, ob es sich beim Internet selbst um ein Medium oder lediglich um eine medienintegrierende Plattform handelt, schließt sich die Frage an, ob das *Internet* per se ein *transnationales Medium* ist (Hafez 2005: 135). Vor dem Hintergrund der vorhergehenden Kapitel erscheint es realistischer, dass das Internet neben rein nationalen, auch inter- und supranationale Medien integriert (Bucher/Büffel 2006: 132). Die einzelnen Medienangebote können entlang des Produktionsstandorts, der Kommunikationsabsicht bzw. –ausrichtung und der Nutzung dementsprechend klassifiziert werden. Im Vergleich zu traditionellen Massenmedien ist in jeder der drei Kategorien eine Transnationalisierung einfacher und weniger aufwendig zu realisieren. Internetangebote können von einem oder mehreren Standorten aus betrieben werden, sie können sich primär an nationale oder aber an transnationale Publika richten, was sich in ihrer Selbstbeschreibung oder sprachlichen Schwerpunktsetzung ausdrücken kann, und sie können eher national oder transnational genutzt werden. Ungeachtet ihrer individuellen Absichten gilt im Internet aber, dass Anbieter die Verbreitung und Nutzung der von ihnen veröffentlichten Inhalte schlechter kontrollieren können und somit die Grenzen zwischen verschiedenen Formen nationaler und transnationaler Medien im Internet verwischen.

Trotz der prinzipiell globalen Verbreitung des Internets und die dadurch wesentlich vereinfachte weltweite Vernetzung (Wessler/Brüggemann 2012: 79), zeigt die Diskussion der *technischen Infrastrukturebenen im Internet zahlreiche Hürden, Ungleichheiten und Verzerrungen* auf. Vor allem

politische, ökonomische und kulturelle Aspekte wirken sich auch im Internet auf öffentliche Kommunikation aus (Leslie 2012; Wright/Averbeck 2012: 87). Da soziale Strukturen und soziales Verhalten offline wie online in einem Wechselverhältnis stehen (Papacharissi 2009: 203), müssen diese Ungleichheiten auch bei der Untersuchung transnationaler Öffentlichkeit im Internet immer mitgedacht werden.

4.1.2 Entgrenzungen der Akteure im Internet

Hinsichtlich der an Öffentlichkeit beteiligten Akteure zeigen sich ebenfalls verschiedene Entgrenzungsprozesse im Internet (Neidhardt 2015: 296). Im Folgenden werden diese Entgrenzungsprozesse entlang der üblichen Akteurskategorien der Öffentlichkeitsforschung ausgeführt und der jeweilige Forschungsstand zusammengefasst. Allgemein lässt sich wieder zwischen *Sprechern* oder *Vermittlern* und dem *Publikum* unterscheiden. Als Sprecher treten auch in transnationalen öffentlichen Diskursen im Internet Politiker, Journalisten und Vertreter der Zivilgesellschaft auf. Neben dem klassischen Journalismus kann online auch im Rahmen transnationaler Öffentlichkeit die Zivilgesellschaft als Vermittler auftreten.

Durch eigene Onlineangebote wie beispielsweise persönliche Websites oder als direkt oder indirekt zitierte *Sprecher* können *Politiker* in transnationalen Diskursen zu Wort kommen. Auch wenn sie ihre Aussagen primär an ein nationales Publikum richten, können sie prinzipiell transnational rezipiert werden (*transnationale Transparenz*). Sie können sich online aber auch intentional an ein inter- oder supranationales Publikum richten, ohne notwendigerweise auf den oftmals umständlichen Umweg über den grenzüberschreitenden Journalismus angewiesen zu sein (*transnationale Disintermediation*) (van Os/Jankowski 2007a: 63). Sowohl Aussagen in Internetartikeln des klassischen Journalismus als auch eigene Internetangebote insbesondere auch im Bereich der Social Media können zum Zweck der Public Diplomacy genutzt werden (Seib 2010; Cull 2013; Zhang 2013; Zhong/Lu 2013). Der Forschungsstand zeigt, dass Politiker durchaus von den transnationalen Kommunikationsmöglichkeiten, die ihnen das Internet und vor allem das Social Web bietet, Gebrauch machen, es aber nur selten zu intensiven, ausführlichen und qualitativ hochwertigen Auseinandersetzungen mit der Zivilgesellschaft kommt. In der Forschung zur transnationalen Internetöffentlichkeit basierend auf der Kommunikation von Politi-

kern dominieren komparativ angelegte Studien zur Wahlkampfkommunikation (Kluver/Jankowski/Foot/Schneider 2007; Davis/Owen/Taras/Ward 2008).

Auch das Tätigkeitsfeld der *professionellen Vermittler (Journalisten)*, entgrenzt sich vielfältig im Internet. Das Internet vereinfacht die Transnationalisierung der einzelnen journalistischen Arbeitsschritte und fördert somit transnationale Berichterstattung.³⁴ Es erleichtert die Recherche von Informationen aus anderen Ländern oder auch der inter- und supranationalen politischen Ebene (*transnationale Recherche*).³⁵ Auch ohne den aufwendigen und personalintensiven Umweg über Auslandskorrespondenten (Berger 2009) kann über das Geschehen in anderen Ländern berichtet werden und das Beobachten der ausländischen Berichterstattung wird über die Internetableger der jeweiligen Massenmedien und zahlreiche, teilweise automatisierte Selektions- und Filtermechanismen wesentlich vereinfacht (*transnationales Monitoring/Intermedia-Agenda-Setting*). Damit sind Journalisten weniger abhängig von der physischen Anwesenheit im Ausland. Dennoch stehen auch dem Internetjournalismus hinsichtlich einer transnationalen Berichterstattung einige Hindernisse im Weg. Denn obwohl nationale Politiker ihre Aussagen beispielsweise in Pressekonferenzen oftmals durchaus an ein globales Publikum wenden wollen, bevorzugen die Zugangsmechanismen zu diesen Veranstaltungen vielfach noch nationale Akteure (Hellmueller 2014). Curran et al. (2013) konnten in einer komparativen Studie über neun Länder aus vier verschiedenen Kontinenten zeigen, dass Internetchrichten stark national verhaftet geblieben sind. Generell variiert die Nutzung von Internetangeboten und allen voran Social-Media-Angeboten stark von Land zu Land. Laut Reuters Digital News Report (RISJ 2015a: 52) beziehen beispielsweise in Spanien seit 2014 rund 50 Prozent der Befragten ihre Nachrichten über Social Media. In den USA und Großbritannien sind es 40 bzw. 36 Prozent mit einem starken Anstieg von jeweils rund

³⁴ Im Rahmen dieser Arbeit wird unter „transnationalem Journalismus“ jedwede journalistische Berichterstattung verstanden, die den nationalen Bezugsraum übersteigt (in der englischsprachigen Literatur „Global Journalism“ (Zhang 2015)). In Abgrenzung dazu steht das in der wissenschaftlichen Literatur vorherrschende Verständnis von „transnationalem Journalismus“ als einer von nationalen Grenzen vollständig losgelösten Berichterstattung, z. B. in Form von Journalismus durch bestimmte ethnische Bevölkerungsgruppen oder Migranten (z. B. Shumow 2014; Plaut 2017).

³⁵ Ein jüngeres Beispiel für eine gelungene transnationale Recherche in Zeiten globaler Probleme stellen die sogenannten Panama Papers dar. Die mehrsprachigen Dokumente wurden vom International Consortium for Investigative Journalists (ICIJ) ausgewertet und Journalisten weltweit zur Verfügung gestellt (Werner 2016).

zehn Prozent seit dem Vorjahr. In Deutschland bleibt die Informationsnutzung von Social Media mit 23 Prozent im Jahr 2014 und 25 Prozent im Jahr 2015 auf einem vergleichsweise geringen Niveau. Vereinzelt können sich auch einzelne Bürger beispielsweise durch Augenzeugenberichte als eine Art Laien-Auslandskorrespondenten (*transnationale Laienkommunikation/Bürgerjournalisten, transnationale Partizipation*) an dem Recherche- und Berichterstattungsprozess beteiligen (*teilw. Verlust der transnationalen Gatekeeping-Funktion*) (Shoemaker/Riccio 2015: 430; Neidhardt 2015: 296). Bucher und Büffel (2006: 132) konstatieren diesbezüglich, dass der Journalismus vielfach „national verhaftet“ geblieben sei und nicht adäquat auf die „globale Netzwerkorientierung der neuen Kommunikationsverhältnisse“ durch das Internet reagiert habe. Als Reaktion darauf haben sich im Internet andere Kommunikationsformen und -angebote herausgebildet, die „journalistische Leistungen im globalen Maßstab erbringen können“ (Bucher/Büffel 2006: 132). Die Journalisten sind im Internet also mit einer Fülle nationaler und transnationaler Informationen konfrontiert, die sowohl von anderen professionell-journalistischen als auch von Laienkommunikatoren stammen und die sie nachträglich in ihre Berichterstattung einbinden können und zum Teil aber auch müssen, da das weltweite Geschehen parallel auch von allen anderen Internetnutzern beobachtet werden kann. An Journalisten werden diesbezüglich besondere Anforderungen gestellt, um den Lesern einen Schritt voraus zu bleiben (*transnationale Gatewatching*). Journalistische Artikel können ähnlich wie die Aussagen der Politiker unbeabsichtigt oder intentional³⁶ an nationale, inter- oder supranationale Publikumsgruppen gerichtet sein, ohne dass die Journalisten diesbezüglich vollständige Kontrolle über das Verbreitungsgebiet ihrer Inhalte hätten. Theoretisch können im Internet also auch regionaljournalistische Artikel eine globale Reichweite erzielen. Die Sprache, der thematische Fokus der Veröffentlichungen und die Plattform bzw. das Angebot, über welche die Inhalte publiziert werden stellen allenfalls grobe Zielmittel dar (*intentionale/zufällige transnationale Berichterstattung*). Über die häufig an Artikel angeschlossenen Kommentarfunktionen und andere zusätzliche Feedbackkanäle im Internet kommt den Journalisten auch immer mehr die Aufgabe eines Organisators oder Moderators der Anschlusskommunikation an ihre Berichterstattung zu (*transnationale Organisation/Moderation von Anschlusskommunikation*) (Volkmer 2003: 14). Auch diese kann prinzipiell grenzüberschreitend erfolgen, indem Leser aus verschiedenen Ländern daran teilneh-

³⁶ Auch Journalisten und Medienunternehmen können Formen von Public Diplomacy praktizieren (Seib 2010).

men, oder sie in anderen Ländern wahr- und aufgenommen wird. Unter Umständen stellt es höhere Anforderungen an die interkulturelle und Sprachkompetenz der Journalisten.

Neben den Politikern und Journalisten stellt *die Zivilgesellschaft* eine weitere, allerdings sehr grobe Akteurskategorie dar (Cammaerts/van Audehove 2005: 179). Unter diesem Schlagwort werden verschiedene Akteure zusammengefasst. Es kann weiter zwischen *einfachen Einzelbürgern*, *sozialen Bewegungen* und *Experten anderer gesellschaftlicher Teilsysteme* unterschieden werden, die sich an transnationalen öffentlichen Diskursen beteiligen. Hinsichtlich der Beteiligung *einfacher Bürger* kann sich öffentliche Kommunikation wiederum unterschiedlich entgrenzen. Bürger können sich theoretisch auch an öffentlichen Diskursen anderer Länder beteiligen, indem sie Material und Informationen zur Verfügung stellen, auf eigenen Internetangeboten über das Geschehen in anderen Ländern berichten oder dazu Stellung nehmen (*transnationale Laienkommunikation/Bürgerjournalisten*, *transnationale Partizipation*). Sie können über deren Onlinepräsenzen mehr oder weniger direkt zu ausländischen oder supranationalen Politikern oder anderen Quellen Kontakt aufnehmen (*transnationale Disintermediation*) und sie können sich untereinander über nationale Grenzen hinweg vernetzen und austauschen (*transnationale Vernetzung des Publikums*; *transnationale Anschlusskommunikation*). Eine in der Forschung zu transnationaler Öffentlichkeit im Internet viel beachtete Akteursgruppe sind (transnationale) *soziale Bewegungen* (Winter 2010; Bennett/Seegerberg 2012; Bennett/Lang/Seegerberg 2015). Sie gelten als einer der Treiber transnationaler Öffentlichkeiten im Internet, indem sie diesen ressourcengünstigeren Kanal gezielt zum Erreichen öffentlicher Sichtbarkeit der eigenen Organisation und der eigenen Ziele nutzen (*transnationale Transparenz*). Außerdem dient ihnen das Internet zur Vernetzung und Organisation der eigenen Mitglieder sowie zur Mobilisierung von Gleichgesinnten. Zu diesen Zwecken versuchen sie über das Internet eigene Themen und Themendeutungen in bereits bestehende öffentliche Diskurse einzubringen, oder diese zu ihren Schwerpunktthemen erst anzuregen (*transnationale Partizipation*). In einer globalisierten Welt beschränken sich die Themen und Schwerpunkte sozialer Bewegungen, wie beispielsweise ökologische oder soziale gesellschaftliche Probleme, nur noch selten auf einzelne nationale Kontexte. Hafez (2005) spricht in diesem Zusammenhang von einem „Boomerang-Effekt“, den soziale Bewegungen im Rahmen der transnationalen Öffentlichkeit im Internet ausnutzen. Sie senden politische Botschaften über Landesgrenzen hinaus aus und versuchen so über die „Weltöffentlichkeit den Druck auf die eigene Regierung zu erhöhen“ (Hafez 2005: 156). Als

frühes Beispiel nennt er die Kommunikationsstrategie der mexikanischen Zapatista-Bewegung (Hafez 2005: 156). Besonders Social Media werden von transnationalen sozialen Bewegungen intensiv genutzt. Im Kontext des Arabischen Frühlings und der Occupy-Wall-Street-Bewegung zeigte sich der Einfluss von verschiedenen Social-Media-Angeboten wie Twitter oder Facebook (Bennett/Seegerberg 2012; Rucht 2015). Ob es sich bei ihrem Einsatz lediglich um eine Ausweitung der Kommunikationsmöglichkeiten dieser Bewegungen handelt, oder ob sie diese erst ermöglicht haben ist in der Forschung nicht unumstritten. Nicht unerheblich ist diesbezüglich die Tatsache, dass Social Media nicht nur von den Bewegungsakteuren und der Zivilgesellschaft eingesetzt wurden, sondern auch von den Regierungen zur strategischen Kommunikation und Überwachung (Davis 2015: 1494). Eine Gefahr hinsichtlich dieser transnationalen Bewegungen im Internet ist auch, dass ihre massive Onlinepräsenz sie in den Augen der Weltöffentlichkeit einflussreicher und bedeutsamer erscheinen lässt, als sie es tatsächlich sind (Hafez 2005: 152). Die bisherigen Forschungsergebnisse zum Internet- und dem Social-Media-Einsatz von sozialen Bewegungen sind eher ernüchternd. Nur selten erlangen sie im Internet eine größere Sichtbarkeit als in traditionellen Massenmedien (Gerhards/Schäfer 2010; Pfetsch/Heft 2015: 44).

Neben einfachen Bürgern und sozialen Bewegungsakteuren treten noch *Experten anderer gesellschaftlicher Teilsysteme*, wie beispielsweise der Wirtschaft, der Kunst oder der Religion in transnationalen Onlinediskursen als Sprecher auf. Auch ihre Aussagen können gezielt oder unbeabsichtigt nationale Grenzen überschreiten und Resonanz in ausländischen Öffentlichkeiten anregen (*transnationale Partizipation*). Außerdem werden im Internet Expertendiskurse und -auseinandersetzungen öffentlich und grenzüberschreitend sichtbar, die zuvor nur auf der politischen Hinterbühne oder in nicht immer medial vermittelten Fachöffentlichkeiten stattgefunden haben (*transnationale Transparenz*) (Schmidt 2013: 161). Die Pionierstudie von Koopmans und Zimmermann (2003; 2010) zur Beteiligung zivilgesellschaftlicher Akteure im Rahmen einer transnationalen Internetöffentlichkeit findet keine nennenswerten Unterschiede zwischen der Berichterstattung in Printmedien und dem Internet. Die Anteile der Zivilgesellschaft an den Sprechern sind jeweils vergleichbar.

Ungeachtet des Akteurs- bzw. Sprechertyps werden mit der transnationalen Internetöffentlichkeit vor allem Hoffnungen verbunden, *periphere Nationen, Entwicklungs- und nicht-westliche Länder* in global relevante Diskurse mit einzubinden und so Ungerechtigkeiten auszugleichen (Risse

2015a: 8; Schäfer 2015: 324). Gerade im Zusammenhang mit dem sogenannten Arabischen Frühling wurden einige dieser Potenziale als eingelöst betrachtet (Wheeler 2013: 188). Auch im Rahmen transnationaler Öffentlichkeit besteht in Bezug auf das Internet die Hoffnung, die Dominanz von gesellschaftlichen Eliten im öffentlichen Diskurs abzuschwächen, die üblicherweise durch massenmediale Selektionsprozesse entsteht, auch wenn frühe empirische Studien hier zu eher ernüchternden Diagnosen führten: „However, in practice, the Internet is bound to be less egalitarian and transnational than what it technically allows for.“ (Koopmans/Zimmermann 2010: 171)

Eine besondere Leistung des Internets, die einer der Hauptgründe für das verwenden der Netzwerkmetapher in diesem Zusammenhang ist, ist „das Sichtbar-Machen von Beziehungsgefügen“ (Schmidt 2011: 92). Auf diese Weise werden *öffentliche Kommunikationsnetzwerke zwischen verschiedenen Akteuren*, beispielsweise zwischen Politikern und Experten auf Twitter, zwischen Politikern oder Experten und einzelnen Bürgern oder zwischen einzelnen Nutzern von Internetangeboten, die jeweils nationale Grenzen überschreiten beobachtbar (Wellmann 2003: 139). Auf diese Weise bringt das Internet Gleichgesinnte ungeachtet ihrer geografischen Verortung miteinander in Kontakt, macht aber nationale Unterschiede auch sichtbarer. Auch hier lassen sich Online- und Offline-Welt nicht scharf voneinander trennen, sondern stehen in Synergie zueinander (Papacharissi 2009). Ein generelles Problem der (geografischen) Ausdehnung und Entgrenzung des Sprechensembles im Rahmen einer transnationalen Internet-öffentlichkeit ist das der *Legitimation der einzelnen Sprecher* (De Zuniga 2015: 3154 in Anlehnung an Rasmussen, 2013). Die Kommunikationsräume decken sich nicht mehr eindeutig mit politischen Zuständigkeitsbereichen.

Genauso wie die verschiedenen Sprechergruppen entgrenzt sich auch das *Publikum* im Internet. Einzelne Inhalte und Internetangebote können meist auch in anderen Ländern rezipiert werden. Somit können Internetnutzer prinzipiell die Internetöffentlichkeiten anderer Nationen beobachten, auch wenn diesbezüglich wie bereits in Kapitel 4.1.1 diskutiert bestimmte Restriktionen bestehen (bleiben). Chen, Boase und Wellman (2002) werteten Daten einer Befragung der Zeitschrift National Geographic aus. Sie fanden den größten Unterschied zwischen Nordamerika und dem Rest der Welt und zwischen Industrie- und Entwicklungsländern. Sie ermittelten einen Zusammenhang zwischen Elitenbias und Bevölkerungsanteil an der Internetnutzung: „The lower the percentage of people using the Internet in a region, the more elite the people using the Internet.“ (Chen/Boase/Wellman 2002).

Auf die *Internetnutzung im globalen Vergleich* wurde bereits in Kapitel 4.1.1 kurz eingegangen. Betrachtet man die absolute Zahl der Internetnutzer je Land liegt China mit 644 Millionen auf dem ersten Platz, gefolgt von den USA (253 Mio.), Indien (216 Mio.), Brasilien (108 Mio.) und Japan (102 Mio.). Deutschland landet mit 62 Millionen auf dem achten Platz, Mexiko mit 59 Millionen auf dem neunten und Großbritannien mit 50 Millionen Internetnutzern auf dem elften Rang. Nigeria (58 Mio.) ist das einzige afrikanische Land, das es unter die Top-15 der Länder mit der größten Anzahl der Internetnutzer schafft und Mexiko (59 Mio.) das einzige lateinamerikanische. Insgesamt enthält die Liste fünf Industrienationen, sechs Schwellenländer und vier Entwicklungsländer (Statista 2016: 14). Die höchste monatliche Nutzungsdauer zeigen Kanadier, US-Amerikaner, Italiener, Briten und Russen mit über 30 Stunden auf. Deutsche nutzen das Internet durchschnittlich 27 Stunden pro Monat (Statista 2016: 11). Unterteilt in die verschiedenen Weltregionen leben im November 2015 mit 1,6 Milliarden die meisten Internetnutzer in Asien, gefolgt von Europa (604 Mio.), Lateinamerika (345 Mio.), Afrika (331 Mio.), Nordamerika (314 Mio.), dem Nahen Osten (123 Mio.) und Ozeanien/Australien (27 Mio.) (Statista 2016: 15). Innerhalb von Asien sind im November 2015 China (674 Mio.), Indien (375 Mio.) und Japan (115 Mio.) die Länder mit den meisten Internetnutzern (Statista 2016: 16). In der Europäischen Union leben die meisten Internetnutzer in Deutschland (72%), Großbritannien (59%) und Frankreich (55%). Spanien liegt mit 36 Prozent auf dem fünften und Österreich mit sieben Prozent auf dem dreizehnten Platz (Statista 2016: 17). In Amerika stammen 2015 fast genauso viele Internetnutzer aus dem nördlichen Kontinent, wie aus Zentral- und Südamerika und der Karibik zusammen. Besonders das Verhältnis der Internetnutzer aus Zentral- und Südamerika hat aber im Verhältnis zu Nordamerika von 2009 bis 2015 stark zugenommen (Statista 2016: 18). Ein großer Zuwachs zeigt sich auch bei den Internetnutzern aus Afrika und dem Nahen Osten. Von 2013 auf 2014 stiegen die Nutzerzahlen von 299 Millionen auf 385 Millionen an und bis 2019 wird ein Zuwachs auf 575 Millionen vorhergesagt (Statista 2016: 19).

Aufgrund der bereits hohen *Internetpenetration* wird der *Zuwachs* in den kommenden Jahren vor allem von Ländern in Lateinamerika, Afrika und dem Nahen Osten und Asien vorangetrieben. Ländern wie Mexiko und Argentinien wird neben Indien, Brasilien und Indonesien diesbezüglich besonderes Wachstumspotenzial bescheinigt (McCarthy 2014: 3). Betrachtet man die Social Media Nutzung zeigt sich ein ähnliches Bild. Der größte Anteil der aktiven Social-Media-Accounts wurde mit 629 Millionen im Jahr 2014 von Chinesen unterhalten, gefolgt von 186 Millionen US-Amerikanern, 118

Indern, 96 Brasilianern und 72 Indonesiern. Mexiko liegt mit 56 Millionen auf Platz sieben und Großbritannien mit 38 Millionen auf dem zehnten Rang. (Statista 2016: 34). Facebook ist dabei mit Abstand das am meisten genutzte soziale Netzwerk (Statista 2016: 37).

Die Internetnutzung ist weltweit also alles andere als gleichmäßig verteilt, *transnationale Publika* öffentlicher Kommunikation im Internet spiegeln also höchstwahrscheinlich diese *Verzerrungen* wider. Doch Hafez (2005: 147) verweist darauf, die ernüchternden Zahlen der rein quantitativen transnationalen Internetnutzung nicht überzubewerten, sondern stattdessen besonders die qualitative Nutzung zu berücksichtigen. Er stellt besonders den gesellschaftlich bedeutsamen Einsatz des Internets durch einzelne Akteure heraus: „Ein einziger Wissenschaftler, der sich des Internets bedient, eine einzige Organisation oder Partei, die mit Hilfe des Internets die Weltöffentlichkeit mobilisieren und eine politische Landschaft verändert, kann bedeutsamer sein als die kommunikative Ohnmacht der nicht vernetzten Mehrheit der Welt.“ (Hafez 2005: 147) Außerdem stellt eine transnationale Internetnutzung hohe Anforderungen an die interkulturelle und die Sprachkompetenz der einzelnen Nutzer sowie an die Aufgeschlossenheit und das Interesse sich für andere Länder und Weltregionen zu interessieren. Eine Vorreitergruppe in Bezug auf transnationale Internetnutzer stellen Migranten dar (Kissau/Hunger 2009a; b). Nicht bei allen in der Internetöffentlichkeit behandelten Themen sind transnationale Abhängigkeiten für jeden ersichtlich und unmittelbar nachvollziehbar. Außerdem dehnt sich die Aufmerksamkeitskapazität der Nutzer nicht parallel zu der Berichterstattungsreichweite im Internet aus, sodass eine zunehmende transnationale Internetrezeption höchstwahrscheinlich auf Kosten der Nutzung regionaler und nationaler Inhalte gehen müsste.

4.1.3 Entgrenzungen der Medieninhalte im Internet

Neben der Infrastruktur und den verschiedenen Akteuren entgrenzen sich auch die Medieninhalte in mehrfacher Hinsicht über nationale Grenzen hinweg. Dabei wirken sich die *Herkunft und Ausrichtung der zugrundeliegenden Medienangebote* sowie die Kommunikationsabsichten und -fähigkeiten der Produzenten auf die Entgrenzung der Medieninhalte aus, ohne dass sie diese vollständig kontrollieren können. Auch bereits im Kontext traditioneller Massenmedien wendeten Medienunternehmen Strategien der cross-medialen *Mehrfachverwendung von Medieninhalten* über Ländergrenzen

hinweg an. Im Internet sind derartige Synergieeffekte ebenfalls und oftmals ressourcensparsamer zu realisieren.

Die Entgrenzung der Medieninhalte setzt auf der *Zeichendimension* von Internetöffentlichkeit auf. Insgesamt kommt es im Internet zu einem erheblichen Anstieg der Informations- und Datenmenge, eben auch in transnationaler Hinsicht.

“Digitale Medien vereinfachen die Produktion von Daten, weshalb deren Menge enorm gestiegen ist. Das teilnehmeroffene Internet erleichtert darüber hinaus deren Distribution über öffentliche Kanäle. Die dem einzelnen Nutzer verfügbare Informationsmenge wächst nicht nur wegen der sozialen Entgrenzung der Produktion, sondern auch deshalb, weil über das Internet bereitgestellte Informationen räumlich (globaler Zugriff) und zeitlich (Archivierung) nahezu unbegrenzt abrufbar sind. Dies führt zu einem weiteren Anstieg der ‚Informationsflut‘.“ (Neuberger/Nuernbergk 2015: 212)

Hinsichtlich der Entgrenzung von Medieninhalten sind drei Aspekte hervorzuheben, die sie begünstigen bzw. behindern: die Verwendung von verschiedenen *Schriften und Sprachen*, der Einsatz *multimedialer Elemente* und *internetspezifische inhaltliche Merkmale* wie Hyperlinks.

Wie bereits in Kapitel 4.1.1 angesprochen stammt ein Großteil der Software und Internetangebote aus dem englischsprachigen Raum, was auch die Dominanz der englischen *Sprache* erklärt. Die zehn meistgenutzten Sprachen im Internet waren im Januar 2016 Englisch (54% der Websites), Russisch (6%), Deutsch (6%), Japanisch (5%), Spanisch (5%), Französisch (4%), Portugiesisch (3%), Italienisch (2%), Chinesisch (2%) und Polnisch (2%) (Statista 2016: 12). Auch wenn das Internet prinzipiell vielsprachig ist (Lule 2012). In ihrer Analyse der Social-Media-Plattform Flickr identifizieren Barton und Lee (2013: 45) über die 100 untersuchten Nutzer hinweg in 49 Prozent der Fälle eine nicht-englische Sprache. Rund vier Prozent der Profile basierten auf mehr als einer Sprache.

Da trotz des Zuwachses von Bild- und Bewegtbildinhalten immer noch der überwiegende Teil der Onlinekommunikation textbasiert erfolgt, spielen *Schriften* auch eine nicht unerhebliche Rolle. Wie am Beispiel der chinesischen Schrift in Kapitel 4.1.1 bereits beschrieben wurde, können bestimmte Zeichenbegrenzungen verschiedener Internetangebote sich auf die mediale Vermittlung verschiedener Sprachen unterschiedlich auswirken.³⁷ Neben der Nutzung des Englischen als einer Art Lingua Franca im Internet, werden viele Sprachen dort angepasst, indem sie in einer romanisierten

³⁷ Auch in Bezug auf bustrophedone oder linksläufige Sprachen, wie beispielsweise das Hebräische, besitzt die technologische Infrastruktur des Internet einen blinden Fleck (John 2013: 322).

Schreibweise wiedergegeben werden (Androutsopoulos 2006; Hasebrink 2012: 391; John 2013).³⁸ Auch hier zeigt die technische Infrastruktur und der soziale Gebrauch des Internets als wesentlich weniger weltoffen, als zunächst vermutet. Dennoch gibt es zahlreiche und zum Teil auch erfolgreiche Bestrebungen das Internet vielsprachiger zu gestalten (Barton/Lee 2013: 53-54; John 2013: 321).

Außer den textbasierten Inhalten kann Öffentlichkeit im Internet auch *multimedial* beispielsweise über *Bilder und Bewegtbilder* vermittelt werden, die unter Umständen auch für Personen eher verständlich sind, die keine Fremdsprachen beherrschen (Barton/Lee 2013: 29-30). Dennoch spielt auch interkulturelles Wissen und Kompetenz eine wichtige Rolle bei dem Verstehen von Bildmaterial. Androutsopoulos (2006) untersucht Diskussionsforen auf Diaspora-Websites und vergleicht professionell erstellte und von Nutzern generierte Beiträge hinsichtlich der verwendeten Zeichen. Ihre Ergebnisse zeigen, dass gerade Nutzer zusätzlich zur Schriftsprache vielfach auf Embleme zurückgreifen (Androutsopoulos 2006: 524). Besonders für Protestakteure spielen gemeinsame visuelle Codes eine entscheidende Rolle bei der transnationalen Verständigung im Internet. Baringhorst (2009: 614) spricht diesbezüglich von „geteilte[n] Verdichtungssymbolen“.

Als dritter Entgrenzungsaspekt sind *internetspezifische Elemente* wie *Hyperlinks* oder *Tags* oder *Hashtags* zu nennen. Mittels Hyperlinks können Inhalte aus verschiedenen nationalen Öffentlichkeiten schnell und unkompliziert miteinander verbunden werden (Barton/Lee 2013: 29-30). Und auch Tags oder Hashtags sind in der Lage verschiedene nationale Inhalte unter einem gemeinsamen, international verständlichen Schlagwort zu subsumieren. Der soziale Gebrauch der verschiedenen internetspezifischen Elemente entwickelt sich in verschiedenen Kulturen dabei durchaus unterschiedlich (Wright/Averbeck 2012: 87). So hat sich beispielsweise im chinesischen Internet der intensive Gebrauch von QR-Codes etabliert (Chiu/Ip/Silverman 2012). Linknetzwerke wurden häufig als Indikator für globale Vernetzung untersucht (Halavais 2000; Barnett/Park 2005).

Frühe *strukturalistische Linkstudien* konzentrierten sich meist auf die Effekte die das WWW und die Vernetzung über Links auf nationale Grenzen hat (Halavais 2000: 11). Halavais (2000) untersuchte dagegen als einer der ersten die Auswirkungen der geografischen Struktur auf das Internet anhand von Verlinkungen und fand heraus, dass diese stark der Offline-Weltkarte gleichen: “While national borders seem to be less intrusive on the web than they are in earlier networked media, the resilience of cultural structures is

³⁸ In den Anfangszeiten des Internets gab es durch den ASCII_Code als alleinigen Standard nur lateinische Schriftzeichen für WWW-Adressen (Hafez 2005: 141).

demonstrated in the organization of this new medium.” (Halavais 2000: 8) Nationale Grenzen bildeten sich also zumindest gegen Ende des letzten Jahrtausends auch im Internet ab (Halavais 2000). Himmelboim (2010) untersucht im Rahmen der World-Systems-Theory die externen Verlinkungen von Nachrichten-Websites aus 73 verschiedenen Ländern mithilfe von Netzwerkanalysen. Seine Ergebnisse zeigen einen stark vernetzten und verlinkenden Kern, der besonders aus dem anglo-amerikanischen Raum und anderen westlichen Industrieländern besteht. Die Verlinkungen britischer Medienableger im Internet spiegeln grob die Kolonialgeschichte des Landes wider. Auch verschiedene andere netzwerkanalytische Studien zu der Verlinkung von Websites transnationaler Bewegungen konnten zumindest auf der groben Ebene ein Nord-Süd-Einteilung von Ländern geografische Einflüsse auf Hyperlinkstrukturen nachweisen (Shumate/Dewitt 2008; Ackland/O’Neil 2011).

Diese *transnationalen Hyperlinkstudien* greifen meist automatisiert auf Links via Suchmaschinen zurück und ordnen die Websites dann anhand ihrer Top-Level-Domain (TLD) einzelnen Nationen zu. Dieses Vorgehen ist zunehmend unbrauchbar, da immer mehr generische TLDs wie .com, .org oder .net genutzt werden, die sich nicht eindeutig Nationen zuordnen lassen (Halavais 2000). Außerdem war dieses Vorgehen schon in den Frühzeiten des Internets problematisch, weil viele Länder-TLDs sich mit anderen Abkürzungen wie beispielsweise den US-amerikanischen Bundesstaaten überschneiden, die aufgrund der Entstehungsgeschichte des Internets und der US-amerikanischen Dominanz im Internet ebenfalls eine wichtige Rolle spielen (Barnett/Sung 2006: 225). Seit 2010 müssen Top-Level-Domains auch nicht länger ausschließlich in romanisierter Schrift geschrieben werden, sondern können andere Schriftzeichen enthalten (John 2013: 321). Die Nutzung von Suchmaschinen produziert zusätzliche Verzerrungen. Dennoch liefern diese Studien interessante Einblicke in die Vernetzung von Internetinhalten. Barnett und Sung (2006) fanden heraus, dass Individualismus als einzige kulturelle Dimension einen Einfluss auf die Zentralität einer Nation innerhalb des Hyperlink-Netzwerks hat. Wenn sie ihre Analyse um ökonomische Faktoren erweitern, treten kulturelle Prädiktoren vollständig in den Hintergrund. Sie schlussfolgern daher in Konsistenz mit der World Systems-Theorie, dass eher ökonomische als kulturelle Faktoren die transnationalen Hyperlinkstrukturen im Internet bestimmen (Barnett/Sung 2006: 230). Allerdings ist ihre Operationalisierung von Kultur anfechtbar, da Hofstede (1980) Dimensionen immer bereits im Vorfeld an einen nationalen Rahmen gekoppelt sind, eine Limitation, die die Autoren auch selbst einräumen (Barnett/Sung 2006: 232-233).

Hale untersucht *globale Konnektivität und Mehrsprachigkeit* in der Blogosphäre (2012) und in Twitter-Netzwerken (2014). Im Rahmen des Fallbeispiels des haitianischen Erdbebens 2010 untersucht er sprachübergreifend Hyperlinkstrukturen. Seine Ergebnisse zeigen, dass englischsprachige Blogs seltener anderssprachige Blogs verlinken, umgekehrt aber häufiger auf sie verlinkt wird. Die meisten sprachübergreifenden Links enthalten ein Zitat oder sogar eine Übersetzung. Trotz der Mehrheit sprachinterner Links, weist das untersuchte Linknetzwerk eine erstaunliche Menge menschlicher Übersetzungsleistung auf (Hale 2012). Seine Studie zur Verwendung von Sprache auf Twitter zeigt, dass Retweet- und Mentions-Netzwerke stark entlang von Sprachen strukturiert sind. Außerdem zeigen sich mehrsprachige Nutzer als transnationale Meinungsführer und demonstrieren insgesamt eine aktivere Twitternutzung. Indem sie verschiedene Sprachräume überbrücken, erfüllen sie eine entscheidende Funktion für die transnationale Vernetzung und somit das Entstehen einer transnationalen Internetöffentlichkeit. Er schlussfolgert: "The English language does play more of a bridging role than other languages, but the role played collectively by multilingual users across different languages is the largest bridging force in the network." (Hale 2014). Neuere Analysen verbinden Offline- und Online-Kommunikation, indem sie Kommunikationsnetzwerke und Standortdaten miteinander verbinden. Mithilfe dieser „geosocial view“ können sie komplexe und hybride Kommunikationsgemeinschaften im Internet identifizieren und beurteilen (Croitoru/Wayant/Crooks/Radzikowski/Stefanidis 2015). In all diesen Studien zeigen sich nationale und kulturelle Unterschiede im Gebrauch und den Zielen von internetspezifischen Elementen wie Hyperlinks.

Auch in Bezug auf *die berichteten Themen* können sich Medieninhalte im Internet entgrenzen. Der Forschungsstand ist diesbezüglich extrem heterogen. Einige Autoren konstatieren, dass Internetnutzer eher mit globalen Themen in Berührung kämen, als Nicht-Internetnutzer (Emmer/Wolling 2007). Der thematische Fokus kann eher nationaler, inter- oder supranationaler Natur sein. Van Os, Jankowski und Vergeer (2007) untersuchten die Websites von Politikern im Rahmen der Europäischen Parlamentswahlen 2004. Nur 67 Prozent der untersuchten Websites enthielten supranationale Inhalte mit Bezug zu den Wahlen. Auch de Wilde, Michailidou und Trenz (2013) fanden in einer Untersuchung von Onlineablegern traditioneller Massenmedien im Internet und vereinzelter Blogs zu Europäischen Parlamentswahl 2009 in zwölf EU-Ländern heraus, dass die Narrative und das Framing in Offline- und Onlinemedien stark ähnelten.

Allerdings lässt sich vermuten, dass sich die unterschiedlichen Journalismus- und Diskurskulturen, die für traditionelle Massenmedien und Mediensysteme ermittelt wurden auch im Internet größtenteils widerspiegeln und Inhalte vorwiegend national ausgerichtet sind, beispielsweise hinsichtlich der Informations- oder Unterhaltungsorientierung bzw. bezüglich der Akzeptanz von Meinungsäußerungen in massenmedialen Inhalten (Benson/Hallin 2007; Wessler 2008b: 226). Dennoch konnten auch diesbezüglich im Internet zumindest für den europäischen Internetjournalismus Auflösungs- und Homogenisierungsprozesse zwischen den Nationen nachgewiesen werden. Hier scheinen eher medienspezifische als länderspezifische Merkmale ausschlaggebend für verschiedene Kommunikationskulturen zu sein (Wessler et al 2007; Wessler 2008b: 227). Und im Internet besteht prinzipiell immer die Möglichkeit einer grenzüberschreitenden Nutzung und die Verbreitung der Inhalte kann schlechter kontrolliert werden, als in der Prä-Internet-Ära.

Nachdem der Forschungsstand zu dem technischen Potenzial des Internets für transnationale Öffentlichkeit beschrieben wurde, soll in den folgenden vier Kapiteln die Forschungsergebnisse für die Integration bzw. Fragmentierung einer derartigen Öffentlichkeit sowie die dazugehörigen Leistungen dargelegt werden.

4.2 Transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet: Integration vs. Fragmentierung

Die Diskussion einer möglichen Integration oder Fragmentierung spielt von Beginn an auch in Bezug auf die Entstehung einer transnationalen Internetöffentlichkeit eine zentrale Rolle (Bucher 2002: 514-523; Hyun 2012: 397-398). Dennoch besteht auch diesbezüglich der Forschungsstand aus einzelnen Studien und Arbeiten und bildet weniger ein konsistentes, einheitliches Forschungsfeld. Michailidou, Trenz und de Wilde weisen im Rahmen ihres Modells transnationaler Öffentlichkeit im Internet auf die Bedeutung des *Kontinuums zwischen Integration und Fragmentierung* hin: „The significance of the public sphere resides in its potential of social integration on the basis of public discourse“ (Michailidou/Trenz/de Wilde 2014: 55).

Die Utopisten vertreten die Auffassung, dass durch das Internet globale Kommunikationsungleichheiten gemildert oder sogar aufgehoben werden, während die Dystopisten der Meinung sind, dass sich durch das Internet bestehende Ungleichheiten eher noch verstärken (Beck 2000: 183; Rasmussen 2013; Wheeler 2013: 188-189). „Will the new media primarily

bring us together, or will they tear us further apart? This is a question about the future of the public sphere.” (Van Dijk 2006 [1999]: 173) Laut Vlastic (2004: 83) impliziert bereits das Konzept des „Global Village“, dass es sich bei den dadurch beschriebenen Möglichkeiten des medienvermittelten, globalen Kommunikationsaustauschs um eine Form der *Integration* handelt. Allerdings ließen sich aus den recht allgemein verbleibenden Beschreibungen des Konzepts kaum konkrete Anhaltspunkte für die Integrationsfunktion (des Internets) ableiten (Vlastic 2004: 83). Wann genau kann eine transnationale Öffentlichkeit im Internet als integriert gelten?

In Bezug auf transnationale Internetöffentlichkeit bezieht sich das Kontinuum von Integration und Fragmentierung einerseits auf eine *geografische bzw. geopolitische* und andererseits auf eine *soziale Dimension* (Beck 2000: 183). Es geht also darum Personen an verschiedensten Orten bzw. aus *verschiedenen Nationen oder Kulturen* und *unterschiedlichste Akteurstypen und -rollen* in einem Diskurs zu verbinden. Allgemein können sich transnationale öffentliche Diskurse im Internet entlang dieses Kontinuums in zwei Richtungen entwickeln (de Wilde/Michailidou/Trenz 2013: 202): Es besteht einerseits die Möglichkeit, dass dadurch die Entwicklung einer transnationalen Öffentlichkeit gestärkt und vorangetrieben wird, indem mehr Bürger und vielfältigere Akteure in diese Kommunikationsprozesse involviert werden. Und andererseits besteht dort die Gefahr der Fragmentierung, beispielsweise durch eine zu starke homophile Ausrichtung an eigenen Meinungen und Ideologien. Bisherige Forschungsergebnisse sprechen aber eher gegen eine bedrohliche Fragmentierung transnationaler Öffentlichkeit im Internet (Martinsen 2009: 58; de Wilde/Michailidou/Trenz 2013: 202).

Eine Konzeption *transnationaler Internetöffentlichkeit als Netzwerk* kombiniert darüber hinaus *System- und Sozialintegration*, also äußere, systemische Faktoren (z. B. globale Probleme, Konflikte und Ereignisse, supranationale Regierungsstrukturen, transnationale Medien) und individuelle Faktoren (z. B. individuelle Betroffenheit, Auslandserfahrungen/-interesse), die jeweils integrierend auf öffentliche Onlinediskurse wirken. Diesem Verständnis folgend, angelehnt an Wessler et al. (2008) sowie Hepp (2009: 42-43), wird die Integration transnationaler Öffentlichkeit im Internet einerseits über *die Homogenisierung von Kommunikationsnetzwerken* und andererseits über *die Relation bzw. die Vernetzung dieser Netzwerke* selbst erfasst. Im Rahmen von letzterem lassen sich *Verdichtungen von Kommunikationsbeziehungen* messen. Überschreiten diese Kommunikationsbeziehungen nationale Grenzen und weist das dadurch entstehende Netzwerk die Öffentlichkeit definierenden Qualitäten auf, handelt es sich um transnationale Öffentlichkeit. Auch im Internet kann sich transnationale

Öffentlichkeit *vertikal oder horizontal entgrenzen*, was bei der Integrations- und Fragmentierungsdebatte berücksichtigt werden muss.³⁹

Dabei ist die Wirkungsrichtung der Integrationsprozesse nicht einseitig, sondern diese durchdringen einander. Öffentlichkeit integriert und fragmentiert sich im Internet aufgrund externer Einflüsse und andererseits integrieren und fragmentieren sich Regionen und Teile der Weltbevölkerung durch das Internet (Hasebrink 2012: 386-387; Wheeler 2013; Pew Research Center 2015).

Da eine *transnationale Öffentlichkeit* im Internet ebenfalls *auf nationalen Öffentlichkeiten aufsetzt*, ist es unwahrscheinlich, dass grenzüberschreitende Kommunikationsbeziehungen eine größere Dichte aufweisen, als nationale. Außerdem wurde bereits angesprochen, dass es im Rahmen von Globalisierungsprozessen parallel auch zu *Lokalisierungstendenzen* kommt, so vermutlich auch im Internet. Das Internet schafft nicht nur für fremde Nationen und Kulturen Transparenz und Orientierung, sondern eben auch für regionale und lokale.

Außerdem ist in Bezug auf eine transnationale Internetöffentlichkeit relevant, inwiefern *größere und kleinere Teilöffentlichkeiten* miteinander verbunden werden. Im Internet sollten auch kleinere, nutzergenerierte Diskurse an größere Diskurse von massenmedial vergleichbarer Reichweite angeschlossen werden (Pfetsch/Adam/Bennett 2013). Nur so wäre das im Vergleich zu den traditionellen Massenmedien größere Integrationspotenzial des Internets auch tatsächlich sozial realisiert.

Insgesamt stellen sich in Bezug auf eine transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet die gleichen Fragen im Hinblick auf Integration und Fragmentierung wie bereits im Kontext der traditionellen Massenmedien: Wie stark muss transnationale Öffentlichkeit verdichtet sein, um als integriert gelten zu können bzw. ab wann kann von Fragmentierung gesprochen werden? Und auf welche räumliche Ausdehnung bezieht sich Integration bzw. Fragmentierung jeweils? Auf eine Stadt, eine Region, eine Nation, Europa, den Westen oder aterritoriale, ethnisch und kulturell abgesteckte Räume, wie beispielsweise Diaspora-Gemeinschaften (Hepp 2009: 42-43)? Im Rahmen eines konsequenten Netzwerkkonzepts dieser transnationalen Internetöffentlichkeit können prinzipiell all diese Grenzziehungen realisiert und untersucht werden. Um die Ergebnisse sinnvoll auszuwerten und inter-

³⁹ In Imhofs (2006: 207) Systematik der Differenzierung öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft gilt vertikale Entgrenzung von Öffentlichkeit, die nationale Grenzen überschreitet, als segmentäre Differenzierung auf der Makroebene und horizontale Entgrenzung als segmentäre Differenzierung auf der Mesoebene.

pretieren zu können, muss das Netzwerkkonzept in einen klaren theoretischen Rahmen eingebettet werden. Nichtsdestotrotz ist eine transnationale *Integration von Öffentlichkeit im Internet voraussetzungsvoller* als die ohnehin schon schwer zu realisierende Integration von Öffentlichkeit in den traditionellen Massenmedien in einem nationalen Kontext. Sie verlangt von den Kommunikationsteilnehmern mehr sprachliche, kulturelle und technische Fähigkeiten, Flexibilität, und Einsatz. Auch hier ist es sinnvoller, statt einen Schwellenwert bestimmen zu wollen (Kapitel 2.2), vergleichend vorzugehen und neben der Vernetzung und Dichte auch die Beschaffenheit und Qualität der Kommunikationsbeziehungen mit zu berücksichtigen.

Ein transnationales Diskursnetzwerk im Internet kann auf einzelnen Autoren, Sprechern oder Medienangeboten als *Knoten* und konkreten Themen oder Sprechakten als *Kanten* basieren. Einzelne Netzwerke können über Typen von Sprechern oder Medienangeboten und Themen abgesteckt werden. In Bezug auf diese Knoten und Kanten können sich verschiedene Netzwerke mehr oder weniger ähneln (Homogenität) und mehr oder weniger vernetzt sein (Relation/Vernetzung). Das Internet macht beides, die Ähnlichkeit von Diskursen beispielsweise über Verschlagwortung und die Vernetzung über Links, transparenter und nachvollziehbarer als traditionelle Massenmedien.

Darüber hinaus ist für die Forschung zu transnationaler Öffentlichkeit im Internet auch von besonderem Interesse, wer genau *die integrierenden Instanzen im Internet* sind, durch welche Merkmale sie sich auszeichnen und welche konkreten Leistungen sie erbringen. Unter Rückgriff auf Wellman (2003: 141) kann vermutet werden, dass es sich bei auf computerbasierten Kommunikationsnetzwerken, also auch bei transnationalen öffentlichen Diskursnetzwerken im Internet, eher um lockere, offenere Netzwerke handelt, die durch eine große Reichweite, Heterogenität und eine starke strukturelle Komplexität mit nur wenigen Brücken geprägt sind. Als Brücken dienen vermutlich auch in transnationalen Internetdiskursen einige wenige „Aufmerksamkeitshubs“, also einige wenige zentrale Knoten wie Ableger massenmedialer Angebote oder A-List-Blogs mit vergleichsweise hoher Reichweite und Resonanz, auch in der Offline-Öffentlichkeit.

Der Forschungsstand zur *Integration transnationaler Öffentlichkeit im Internet* ist äußerst lückenhaft. Studien dazu konzentrieren sich meist auf einzelne Akteursgruppen. Einen Forschungsstrang bilden Studien zur sozialen Integration und öffentlichen *Kommunikation von Migranten* im und durch das Internet (Hepp 2009: 40-41; Kissau/Hunger 2009a: 25-26). Ein anderer Forschungsstrang beschäftigt sich mit der Vernetzung von *sozialen Bewegungen* unter anderem über öffentliche Internetkommunikation und

das Social Web.⁴⁰ Hafez (2005: 28) hält soziale Bewegungen und NGOs in vielen Problemfällen für kompetenter, als Regierungen. Dieser Auffassung widersprechen aber andere Studien, die gegensätzliche Fragmentierungstendenzen im Rahmen von Diaspora-Diskursen und sozialen Bewegungen fanden (Ackland/O’Neil 2011; Hepp 2009: 41).

Einige Forscher sind der Meinung, dass transnationale Öffentlichkeit im Internet besonders über *Oppositionsgemeinschaften* (z. B. Rechtsextreme) zur vermeintlich in der Gesellschaft online wie offline dominierenden politischen Meinung entsteht (Hafez 2005: 152-153; Wiederer 2007; Jackson/Foucault/Welles 2015). Aufgrund der Spezifität dieser Diskurse lassen sich aus diesen Studien kaum allgemeine Schlussfolgerungen ziehen. Es lässt sich lediglich feststellen, dass in der transnationalen Netzwerköffentlichkeit im Internet verschiedene Aufmerksamkeitshubs existieren, die integrierend auf öffentliche Kommunikation wirken können (Heinderynckx 2015: 3169).

Zu diesen Hubs gehören nicht zuletzt die *Ableger der traditionellen Massenmedien* im Internet, aber auch *Angebote von Experten* aus den verschiedenen Teilsystemen, von Organisationen oder vereinzelt auch von einfachen Bürgern, die sich im Internet eine gewisse Reputation erarbeiten konnten. Hinter dem Erfolg dieser Angebote hinsichtlich der Integration transnationaler Öffentlichkeit im Internet stecken zumeist spezielle Fähigkeiten und Kenntnisse, wie spezifische Sprachkenntnisse, eine spezielle Biografie (z. B. Auslandserfahrungen, Migration) oder spezielle Ressourcen (z. B. Medienunternehmen).

Stärker diskutiert und erforscht als die Integration einer transnationalen Internetöffentlichkeit sind dagegen ihre *Fragmentierungstendenzen*, als Teil des Forschungsstrangs zum „Global Digital Divide“ (Bucher 2002: 502-506; Hasebrink/Bruhn Jensen/van den Bulck/Hölig/Maesele 2015). Dabei beschäftigt sich *die Digital-Divide-Forschung*⁴¹ mit dem Zugang und

⁴⁰ Ironischerweise gehören zu den bedeutendsten transnationalen Bewegungen im Internet Anti-Globalisierungs-Organisationen wie Attac (Hafez 2005: 29).

⁴¹ Eine Art „Global Digital Divide“ besteht auch hinsichtlich der Forschung zur (transnationalen) Internetöffentlichkeit. Ein Großteil der Forschung konzentriert sich auf westliche Industrieländer, auch wenn Studien zunehmend autoritäre Systeme wie China (Tang/Sampson 2012), Russland oder osteuropäische Länder in den Blick geraten (Dupuis 2012; Kleinen-von Königslöw/Möller 2009). Besonders im Hinblick auf den afrikanischen Kontinent besteht noch großer Forschungsbedarf (Stromer-Galley/Wichowski 2013: 180-181). Generell mangelt es an komparativen Internetstudien. Hasebrink (2012) kritisiert, dass mehr Publikationen zur Methodo-

der Nutzung des Internets insgesamt, schließt aber eben auch öffentliche Kommunikation im Internet mit ein. Ihr gilt nur im Rahmen dieses Forschungsstrangs nicht das alleinige Augenmerk. Aufbauend auf dem für das Internet konstatierten „Digital Divide“, der sich auf soziostrukturelle Partizipationsklüfte bezieht (Martinsen 2009: 59; siehe Kapitel 4), zielt der „Global Digital Divide“ darüber hinaus auf diejenige Ungleichverteilung von Internetzugang und –nutzung ab, die geografische und geopolitische Ausprägungen und oftmals auch Ursachen aufweist (Hargittai/Hinnant 2008).⁴² Diesbezüglich können unter anderem Sprache, kulturelle Unterschiede, Bevölkerungszahl, Internetpenetrationsgrad und durchschnittliches Bildungsniveau und Alter einen Einfluss auf die Beteiligung einer Nation an transnationaler Öffentlichkeit im Internet haben (Hafez 2005: 21-22).

Dabei gehen first- und second-level-divide Hand in Hand. Jüngere Bevölkerungssegmente nutzen das Internet eher und stärker als ältere. Demnach müssten Entwicklungsländer mit einer weniger überalterten Bevölkerung gegenüber Industrienationen im Vorteil sein. Einer hohen Internetpenetration stehen dort aber Armut und eine hohe Analphabetismusrate entgegen (Hafez 2005: 144; Hasebrink 2012: 387). Gerade die Nutzung des Internets für politische Kommunikationszwecke hängt stark von der jeweiligen nationalen Internetinfrastruktur, entstandenen Normen und nationalen Gesetzen zur Internetregulierung und zu Wahlen und Wahlkampf ab (Wallner/Adolf 2014: 90-91). Während das Internet beispielsweise ein Standardinstrument für politische Kampagnen in Nordamerika und großen Teilen Europas ist, sind Politiker in Singapur und Japan was die politische Internetnutzung angeht mit strengen Restriktionen konfrontiert (Kluver 2015: 566-567).

Frühe Studien zu Einflussfaktoren auf die Internetverbreitung betonen die *Bedeutung der englischen Sprache*, als einem signifikanten Prediktor für eine frühe Aneignung (Maitland/Bauer 2001). Owen (2015: 319) nennt neben dem Englischen noch Chinesisch und Spanisch als „top languages online“, was eine Kluft für diejenigen Teile der Weltbevölkerung darstellt,

logie komparativer Onlineforschung und ihren Schwächen existieren, als tatsächliche Studien, die diese Methoden und Schwächen zu lösen versuchen. Das läge vor allem auf dem extremen Aufwand, den komparative empirische Studien im Internet erfordern (Hasebrink 2012: 393-394).

⁴² Imhof (2006) verortet in seiner Systematik der Differenzierung öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft den Digital Divide generell auf der Mikroebene und den Global Divide, zu dem unter anderem auch die Onlinekommunikation gehört, auf der Makroebene im Bereich stratifikatorischer Differenzierung (Imhof 2006: 207).

die dieser Sprachen nicht mächtig sind (Owen 2015: 319). Personen mit Englischkenntnissen sind allgemein eher bereit, das Internet zu nutzen (Pew Research Center 2015). Auch Barnett und Park (2005) ermitteln anhand von Verlinkungen und der Verteilung von Bandbreiten für 47 bzw. 63 Nationen Ungleichheiten. Die USA bilden in beiden Fällen das Zentrum. Anhand ihrer Ergebnisse unterteilen sie die von ihnen untersuchten Länder in drei Gruppen: Die erste Gruppe besteht aus den englischsprachigen Ländern mit Skandinavien, den Benelux- und ostasiatischen Ländern, die zweite aus Südamerika und die dritte aus den restlichen europäischen Ländern mit Frankreich und Deutschland im Zentrum. Insgesamt zeigen diese Studien, dass kulturelle und nationale Faktoren eine wichtige Rolle bei der Verbreitung und Aneignung des Internets spielen. Hafez (2005) sieht in diesem Zusammenhang die Rolle von Sprache ambivalent:

„Diejenigen Staaten und Gesellschaften nun, die von sich behaupten können, Teil der globalen Internetgemeinschaft zu sein, weil sie auf Grund hoher Nutzerzahlen die Menge des internationalen Datenaustauschs steigern können, unterliegen zur selben Zeit den Regeln einer wachsenden Vielsprachigkeit im Netz. Vielsprachigkeit erhöht den Anteil derjenigen, die weltweit am Internetdiskurs teilhaben können, aber sie verstärkt auch nationale und regionale Interaktionsmuster und hemmt den kulturübergreifenden globalen Austausch.“ (Hafez 2005: 147)

Er glaubt daher, dass sich transnationale Öffentlichkeiten nur zwischen Industriestaaten in nennenswertem Umfang bilden (Hafez 2005: 147). Besonders Afrika, der Nahe Osten und Teile Asiens sind gar nicht oder nur schlecht an das Internet angeschlossen (Pew Research Center 2015; Kluver 2015: 572). Bei näherer Betrachtung zeigt sich die Vielstufigkeit und Komplexität dieser Klüfte. Sie bestehen nicht nur im reinen Zugang zur Technik (first-level-divide), sondern auch im tatsächlichen Gebrauch und individuellen Fähigkeiten das Internet für unterschiedliche Zwecke zu nutzen (second-level-divide).

Innerhalb einzelner Länder wird das Internet in erster Linie von jüngeren und überdurchschnittlich gebildeten und zu einem etwas geringeren Grad von männlichen, einkommenstärkeren und arbeitenden Bevölkerungssegmenten genutzt (Pew Research Center 2015). Onliner in Schwellen- und Entwicklungsländern nutzen das Internet primär zum sozialen Netzwerken und zur Beziehungspflege vor Gründen der politischen Informationsgewinnung und anderen Service-Zwecken (Pew Research Center 2015). Länder aus dem arabischen Raum nutzen das Internet im Vergleich überdurchschnittlich häufig um politische Nachrichten und Informationen zu erhalten, während (südost-)asiatische Länder das Internet häufiger für berufliche und kommerzielle Zwecke nutzen (Pew Research Center 2015).

Auch innerhalb der Gruppe der Schwellen- und Entwicklungsländer bestehen große Unterschiede hinsichtlich des Internetzugangs und der -nutzung. Die Internetpenetration variiert von 76 Prozent in Chile, 73 Prozent in Russland und 67 Prozent in Venezuela bis hin zu stark bevölkerten Ländern in Süd- und Südostasien mit 24 Prozent in Indonesien, 20 Prozent in Indien, elf Prozent in Bangladesh und acht Prozent in Pakistan, deren Bevölkerung zusammengesfasst ungefähr ein Viertel der Weltbevölkerung ausmachen (Pew Research Center 2015). In ihrer Studie ermitteln Rauchfleisch und Kovic (2016) mittels Clusteranalyse induktiv drei Ländergruppen mit unterschiedlichen strukturellen Bedingungen für Öffentlichkeit auf Basis der jeweils in den über 160 untersuchten Ländern vorherrschenden Bedingungen für Pressefreiheit und Bürgerrechte sowie der Internetpenetration. Während eine Gruppe mehr oder weniger eindeutig die Industrienationen abbildet, unterteilen sich die Entwicklungs- und Schwellenländer in zwei unterschiedliche Gruppen.

Die seit der Anfangszeit des Internets ermittelten Ungleichheiten bestehen also nach wie vor fort (z. B. Radovanovic/Hogan/Lalic 2015), auch wenn sich zumindest Zugangsklüfte abzumildern scheinen (Hasebrink 2012: 391; Friemel 2016). So wachsen der Internetzugang und die Social-Media-Nutzung weltweit (Xenos/Vromen/Loader 2014; Pew Research Center 2015). Aber auch in Industrienationen stagniert die Internetpenetration bei Raten um die 70 Prozent (Kluver 2015: 572; Friemel 2016). Der „Global Digital Divide“ darf dabei nicht isoliert von der Offline-Öffentlichkeit in den Ländern weltweit betrachtet werden. Das Internet stellt jeweils nur einen Teil des Mediensystems dar, auf dem Öffentlichkeit aufsetzt (Gil de Zuniga 2015: 3155; Stephens/Poorthuis 2015).

Eine große Diskrepanz entsteht dadurch, *dass den durchlässigeren nationalen und kulturellen Grenzen im Internet zumeist keine realweltlichen Institutionen entsprechen* (Rasmussen 2013). Forderungen und Meinungen, die in transnationalen öffentlichen Diskursen entstehen, müssen demnach immer wieder jeweils an nationale und internationale Entscheidungsträger zurückgespielt bzw. gerichtet werden. Derartig integrierte Öffentlichkeiten können *nur über äußerst komplexe Prozesse politisch wirksam* werden (Hafez 2005: 135-136).

Eine transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet weist folglich *eine mehrdimensionale Zentrum-Peripherie-Struktur* auf (z. B. Himmelboim 2010): im Hinblick auf die Reichweite und auf den kulturellen und geografischen bzw. geopolitischen Standort. Stark vernetzte Zentren bilden sich um reichweitenstarke Knoten und Diskurse einerseits und im englisch-, chi-

nesisch- oder spanischsprachigen Kulturraum und zwischen Industrienationen, sind aber umgeben von einer eventuell abweichenden Peripherie. Außerdem bleiben nicht direkt angeschlossene Angebote und Inhalte im Internet prinzipiell auffindbar und können so schnell in transnationale öffentliche Diskurse integriert werden.

Im Rahmen ihrer beiden Studien zu transnationaler Öffentlichkeit im Internet einmal im Kontext der Europäischen Parlamentswahlen 2009 und einmal im Kontext der Eurokrise (2010-2012) untersuchen Michailidou, Trenz und de Wilde (2014) auch Integrations- und Fragmentierungstendenzen. Sie schlussfolgern aus ihren Ergebnissen, dass die beiden Internetdiskurse national stark integriert sind bis hin zu fast schon fraglichen Konzentrationstendenzen. Transnational sind die Debatten jeweils entlang nationaler Grenzen fragmentiert, auch wenn sie gemeinsame Themen und Frames aufweisen. *Auf der transnationalen Ebene erfolgt Integration also bislang eher weniger über Vernetzung, als vielmehr über Homogenität.* Allerdings misst die Forschergruppe Vernetzung hier ausschließlich auf der Grundlage von Erwähnungen im Text, ohne Link- und symbolische Netzwerke nachzuvollziehen.

In den folgenden drei Kapiteln werden die konkreten Leistungen herausgearbeitet, die für die Integration von und Vermittlung innerhalb einer transnationalen Netzwerköffentlichkeit im Internet sorgen können.

4.3 Transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet: Integrations- und Vermittlungsleistungen

Um die Existenz, Beschaffenheit und Qualität transnationaler Netzwerköffentlichkeit im Internet und ihre Verarbeitungskapazität beurteilen zu können, ist die Frage entscheidend, welche konkreten Integrations- und Vermittlungsleistungen im Rahmen einer transnationalen Netzwerköffentlichkeit im Internet nun eigentlich erbracht werden und wer diese Leistungen erbringt. Welche besonderen Bedingungen bringt eine konsequente Konzeption dieser Öffentlichkeit als Netzwerk mit sich?

Integration erfolgt auch in der transnationalen Netzwerköffentlichkeit des Internets primär über *Thematisierung und Teilhabe*, also dem Bereitstellen geteilten Wissens und gemeinsamer Gesprächsthemen sowie dem offenen Zugang zu und der Möglichkeit zur aktiven Partizipation an Diskursen. Die in den Kapiteln 4.2 und 3.2 vorgestellten transnationalen Integrationsleistungen im Rahmen von Öffentlichkeit (Vasic 2004) können

selbstverständlich auch, angepasst an die spezifischen medialen Bedingungen des Internets, die grob mit den Schlagworten Flexibilität, Dezentralität, Dynamik, Archivierung, Rollenwechsel, Multimedialität und Angebots-hybridisierung zusammengefasst werden können, erbracht werden. Auch im Internet können *gemeinsame Normen und Werte über nationale und kulturelle Grenzen hinweg* genannt und diskutiert, *grenzüberschreitend Themen gesetzt und Wissen geteilt* und die *Repräsentation verschiedenster nationaler und supranationaler Akteure ermöglicht* werden. Auch im Internet wird in öffentlichen Diskursen *eine soziale Realität konstruiert, die bis zu einem gewissen Maß nationale und kulturelle Grenzen überschreitet* bzw. ihnen übergeordnet ist. Gemäß dem Modell der Arenen-Integration werden auch im Internet unterschiedliche Arenen über die diversen Mechanismen miteinander verbunden (Erbe 2012). Das *Publikum* verbindet Arenen transnational durch Mehrfachnutzung bzw. die Nutzung supranationaler oder verschiedener nationaler Öffentlichkeitsarenen. Dabei besteht im Internet für das Publikum über die zahlreichen Feedback- und Publikationsmöglichkeiten wie Kommentare, Bewertungen und Social-Media-Angebote einfacher die Möglichkeit in eine aktive Rolle zu wechseln und sich auch derart an supranationalen oder ausländischen Diskursen zu beteiligen (flexibler Rollenwechsel; *Transnationale Partizipation*). *Politische Akteure* vernetzen unterschiedliche Arenen im Internet transnational, indem sie über öffentliche Reden und Interviews ihre Aussagen in supranationalen oder verschiedenen nationalen Onlinemedien publizieren bzw. diese Medien und die dahinterstehenden Akteure gezielt über strategische Kommunikation ansprechen. Darüber hinaus können politische Akteure eigene Internet- und Social-Media-Angebote unterhalten, die in ihren Inhalten nationale oder international ausgerichtet sein können, aber auf die auch ungeachtet der intendierten Ausrichtung prinzipiell von anderen Nationen aus zugegriffen werden kann (*transnationale Disintermediation*). Weitere transnationale Verbindungsmechanismen lassen sich im Bereich der *Medienredaktionen* differenzieren, die wie bereits in Kapitel 3.2 beschrieben auch im Internet eine dominante Rolle einnehmen. Auch hier kann ihre Berichterstattung auf der Nutzung gleicher nationaler sowie internationaler Quellen und nationaler sowie internationaler Nachrichtenagenturen beruhen. Die Nutzung ausländischer Quellen wird im Internet generell vereinfacht und auf einer Plattform beobachtbar (*transnationale Transparenz*). Verschiedene Selektions- und Filterhilfen unterstützen die professionell-journalistische Berichterstattung im Internet auch bei einem grenzüberschreitenden Monitoring. Online sowie offline kommt es zur Mehrfachverwertung von Medieninhalten über Angebots- und eben auch nationale und kulturelle Grenzen hinweg. Die

netzwerkartige, vor allem durch Hyperlinks verbundene Infrastruktur des Internets erleichtert dabei die grenzüberschreitende Verknüpfung und Integration von Inhalten wie Artikeln, Fotos, Videos oder einzelnen Zitaten mit und in das eigene Angebot. Ebenfalls kein reines Onlinephänomen, aber auch dort vielfach angewendet sind mehr oder weniger formelle Medienkooperationen, die im Kontext multinationaler Medienkonzerne, die sich auch im Internet engagieren, auch quer zu nationalen und kulturellen Grenzen liegen können. Auch zahlreiche Formen der grenzüberschreitenden Metakommunikation finden sich im Netz, wenn beispielsweise Linklisten einzelner Blogger Beiträge der internationalen Onlinemedien zu bestimmten Themen zusammenfassen. Diese Verbindungsmechanismen sind ebenfalls im Internet nicht gleichermaßen für den Nutzer transparent. Medienkooperationen und das gegenseitige Monitoring werden im Einzelfall unterschiedlich explizit gemacht. Aber gerade die Mehrfachverwertung von Inhalten und die explizite gegenseitige Vernetzung über Zitate und verlinkte Quellen ist im Internet einfacher nachzuvollziehen, als in der klassischen Medienlandschaft (Neidhardt 2015: 296).

Da sich *die transnationale Internetöffentlichkeit als mehrdimensionales Netzwerk* konzipieren lässt, dass sich in unterschiedlichste Richtung vernetzen und verdichten kann, reicht es in dieser medialen Umgebung nicht aus, nur die Arenenvernetzung in den Blick zu nehmen. Weil sich Diskurse im Internet bezogen auf Themen, Akteure oder Angebote verdichten können und diese Strukturbildung nicht mehr notwendigerweise an klassischen Grenzen (mediensystemischen, angebotsbezogenen, kulturellen, nationalen) Halt macht, muss zusätzlich die Vernetzung einzelner Akteure und Angebote im Hinblick auf einzelne Themen und Diskurse in den Blick genommen werden. Um diesbezüglich einzelne transnationale Vernetzungsleistungen im Internet zu messen und zu beurteilen, können die im Rahmen der Journalismusforschung entwickelten Vermittlungsleistungen herangezogen werden, die von Neuberger (2009) auf den Internetkontext übertragen und entsprechend angepasst wurden (Kapitel 3.2). Diese Vermittlungsleistungen setzen auf den Integrationsleistungen der Öffentlichkeitsforschung auf. Trotz der nationenübergreifend überwiegend national ausgerichteten journalistischen Berichterstattung im Internet (Curran et al. 2013), *vermitteln* Journalisten im Rahmen transnationaler Öffentlichkeit im Internet durchaus gelegentlich auch *grenzüberschreitend Normen und Werte, ermöglichen die Selbstbeobachtung von Gesellschaften durch das Sammeln und Bereitstellen* (Beobachtung), *das Verarbeiten* (Validierung) und *die Weitergabe* (Orientierung) *von Informationen*, in Form von Auslandsberichterstattung und transnationalen Medien im Netz auch über nationale und kulturelle Grenzen

hinweg (Neidhardt 2015: 296-297). Die konkreten Tätigkeiten der Journalisten in diesem Zusammenhang sind entlang des journalistischen Prozesses das *Recherchieren, Selektieren, Prüfen, Gewichten und Produzieren von Informationen* für nationale, inter- und supranationale Publika. Im Rahmen transnationalen Öffentlichkeit unterliegt diesen Vermittlungsleistungen immer eine Form der *Übersetzung* (Berger 2009: 358; Koopmans/Zimmermann 2010: 193). Unter anderem Esser (2001: 8-12) weist auf die Rolle von Sprache als Grundlage von gesellschaftlicher Integration hin. Zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen und Gemeinschaften, Kulturen und eventuell auch Sprachräumen muss vermittelt werden. Das Internet und Social Media eröffnen prinzipiell neue Möglichkeiten für Übersetzungen und den Umgang mit (Fremd-)Sprachen (Perez-Gonzalez/Susam-Saraeva 2012; Barton/Lee 2013: 60-61). *Übersetzungsleistungen lassen sich dabei graduell abstufen* und finden auch bereits in nationalen und lokalen Kontexten statt bzw. sind manchmal auch transnational nur bedingt erforderlich (Berger 2009: 358). Auch innerhalb einzelner Länder (z. B. Schweiz, Belgien, Spanien) muss zwischen verschiedenen Dialekten oder Sprachen vermittelt werden, während manche Nationen (z. B. Deutschland, Schweiz und Österreich oder Großbritannien und die USA) demselben Sprachraum angehören (Hinnenkamp 2010). Werden Übersetzungsleistungen nicht von Kommunikatoren bzw. Vermittlern im Internet erbracht, verlagern sie sich auf die Seite der Nutzer, was von ihnen höhere Kompetenzen erfordert. Eleta und Golbeck (2012) untersuchen in ihrer Studie multilinguale Twitternutzer in ihrer möglichen Rolle als Übersetzer und Vermittler zwischen verschiedenen Sprachräumen auf Twitter. Sie identifizieren vier unterschiedliche Übersetzungs- und Vermittlungstypen, Gatekeepern, zentralen Sprachbrücken, peripheren Sprachbrücken und Außenseitern (Eleta/Golbeck 2012: 3). Das Internet liefert auch hinsichtlich der Übersetzung zusätzliche Unterstützung, beispielsweise in Form von Übersetzungssoftware wie Google Translate oder „cloud translations“ (Barton/Lee 2013: 60-64) durch die Einbeziehung anderer Internetnutzer in Übersetzungsleistungen. Das geschieht zum einen über Nutzer, die sich explizit in Foren oder Gruppen mit diesem Zweck zusammenschließen, oder aber wie beispielsweise auf Facebook über die Integration eines entsprechenden Buttons auf ihre Einsatzbereitschaft aufmerksam machen, und zum anderen über das spontane Nachfragen nicht gekennzeichnete Nutzer (Perez-Gonzalez/Susam-Saraeva 2012; Barton/Lee 2013: 63).

Die verschiedenen transnationalen Integrations-, Vermittlungs- und Übersetzungsleistungen werden im Internet potenziell *von einer größeren*

und vielfältigeren Anzahl von Akteuren erbracht. Journalisten (*Professionelle transnationale Vermittlung*) bleiben auch im Rahmen der transnationalen Internetöffentlichkeit ein bedeutender Vermittler (Hafez 2005: 21). Durch das Internet und sein Potenzial zu globaler Kommunikation wird journalistisches Gatekeeping und seine Erforschung zu einem „cross-national process“ (Shoemaker/Riccio 2015: 430). Neben dem klassischen Gatekeeping ermöglichen, organisieren und moderieren Journalisten grenzüberschreitend die Laien- und Anschlusskommunikation im Internet. Sie betreiben außerdem Gatewatching über kulturelle und nationale Grenzen hinweg, indem sie bereits Publiziertes aufgreifen, prüfen und bewerten. Derart stellen sie unter Umständen auch Bezüge zwischen einzelnen Beiträgen und Angeboten über Grenzen hinweg her, sei es zwischen Angeboten unterschiedlicher nationaler und kultureller Herkunft, verschiedener Reichweite und Professionalisierungsgrade sowie diversen Perspektiven und Ideologien. Diese Leistungen erbringen Journalisten zum einen auf den klassischen Websites traditioneller, nationaler Massenmedien im Internet, im Rahmen von Ablegern transnationaler Medien im Internet sowie über zahlreiche Social-Media-Angebote und -Kanäle. Offline sowie online können idealtypisch verschiedene Formen des transnationalen Journalismus unterschieden werden (Berger 2009: 358). Insgesamt tragen Journalisten wesentlich zur Integration und Vermittlung transnationaler Öffentlichkeit im Internet bei und die von ihnen betriebenen Angebote stellen wichtige Aufmerksamkeits hubs dar.

Neben Journalisten können transnationale Integrations- und Vermittlungsleistungen im Internet auch vereinfacht von der *Zivilgesellschaft (Partizipative transnationale Vermittlung)*, Politikern und Experten *anderer gesellschaftlicher Teilsysteme* als dem Journalismus erbracht werden. So sprechen Shoemaker und Riccio (2015: 430) von einem „complex web of information“, zu dem Regierungen, NGOs, Nachrichtenagenturen Massenmedien und Social-Media-Angebote als Kommunikatoren beitragen:

„Communications occur across organizations and people anywhere in the world, thus creating a web-like system around the globe. Intranational communication processes are being replaced by processes determined by cross-national communication networks, supported both by advertisers (for whom national boundaries are unimportant), transnational business conglomerates (a few of which own most of the media), and people who now can easily communicate with others anywhere in the world.“ (Shoemaker/Riccio 2015: 430)

Diese Kommunikatorenvielfalt verschärft die Vertrauensproblematik im Internet noch zusätzlich. Die voraussetzungsvollere Rezeption ausländischer Medieninhalte führt häufig dazu, dass sie die Glaubwürdigkeit, Legitimität

und Qualität von Aussagen noch schlechter beurteilen können als ohnehin schon in ihrem nationalen Kontext (Hafez 2005: 151).

Die vielfältigen Akteure können sich über Social Media und andere Internetangebote entlang des gesamten journalistischen Arbeitsprozesses an transnationaler Öffentlichkeit beteiligen (Gil de Zuniga 2015: 3153). Auch in Bezug auf die grenzüberschreitende Internetkommunikation ist es wahrscheinlicher, dass partizipative Vermittlung nicht von der breiten Masse der Zivilgesellschaft, sondern eher von einigen wenigen besonders engagierten Bürgern erbracht wird und sich eher auf das Kommentieren und Filtern von professionell erstellten Medieninhalten bezieht, als auf das wesentlich ressourcenintensivere Produzieren. Partizipative Kommunikatoren nehmen dabei aber durchaus auch in transnationaler Hinsicht Gegenpositionen zu vorherrschenden, elitären Diskursen und Deutungen ein (Gil de Zuniga 2015: 3156, Muniz/Alvidrez/Tellez 2015).

Durch die zunehmende Ausdifferenzierung und steigende Komplexität moderner Gesellschaften und damit einhergehend auch der Probleme, mit denen sie konfrontiert werden, besteht eine zunehmende und in Einzelfällen äußerst spezialisierte Nachfrage nach Informationen. Besonders in Bezug auf derartiges Expertenwissen liefert das Internet ein leicht zugängliches transnationales Experten- und Wissensreservoir, dessen Qualität aber nicht immer einfach zu beurteilen ist. Ein Vorteil ist hier auch, dass dieses Wissen im Internet zu großen Teilen archiviert wird und so dauerhaft zur Verfügung steht. Und auch wenn sich nicht die breite Masse an transnationaler Öffentlichkeit im Internet beteiligt, so ist doch das Potenzial nicht zu unterschätzen, dass jede Person auf der Welt mit Internetzugang theoretisch die Möglichkeit zur Beteiligung an grenzüberschreitenden öffentlichen Diskursen hat.

Zu den menschlichen treten in der transnationalen Internetöffentlichkeit noch *technische Vermittler* wie Suchmaschinen und News-Aggregatoren (*Technische transnationale Vermittlung*), die auf transnationale Inhalte des gesamten Internets zugreifen können (Schmidt 2011: 100). Dennoch verdeutlichen einzelne Studien, die Bedeutung des geografischen Standorts bei der Ausgabe von Trefferlisten (Koopmans/Zimmermann 2010: 193; Spangenberg 2015: 122-123). Zumeist werden im Internet einzelne grenzüberschreitende Integrations- und Vermittlungsleistungen technisch unterstützt. So stellt beispielsweise die von dem Global Governance Programme des European University Institut and der Stiftung Francisco Manuel dos Santos finanzierte Plattform Global Stat (o. J.) unter dem Motto „Globalisation in figures“ aggregierte Daten von diversen Quellen aus 193 UN-Ländern zu verschiedensten Gesellschaftsthemen für Journalisten zur Verfügung. Aber

auch eine vollautomatisierte Inhaltsproduktion, *ein transnationaler Robot Journalism*, wäre gerade auch vor dem Hintergrund von Übersetzungssoftware denkbar und wird in ersten Ansätzen (z. B. Finanzberichterstattung) bereits realisiert.

Transnationale Integrations- und Vermittlungsleistungen werden im Internet also von einer Vielzahl unterschiedlicher Akteure erbracht, die durch ein komplexes Netzwerk generieren. Diese Vermittler schlagen im Internet Brücken über verschiedene soziale und sozialräumliche, allen voran nationale, Grenzen hinweg (Höflich 1992: 318; Neuberger 2009: 56). In der *sozialen Netzwerkforschung* werden Akteure (Knoten), die verschiedene Netzwerkeile verbinden, als „*Broker*“ oder „*Brücken*“ bezeichnet (Holzer 2009: 257-261). Auch wenn die Beständigkeit, die der Brückenbegriff suggeriert besonders im Internet eher selten gegeben ist (Erbe 2012: 40), verdeutlicht er doch die wichtigen Grenzüberschreitungen im Rahmen transnationaler Entgrenzung von Öffentlichkeit im Internet.

Ungeachtet des Vermittlertyps haben Kommunikatoren im Internet diese *Grenzüberschreitungen* aber *nur teilweise unter Kontrolle*. Selbst wenn sie ihr Angebot transnational ausrichten, sei es durch das Angebot verschiedener Sprachversionen oder Vernetzung mit verschiedenen ausländischen Angeboten, ist nicht garantiert, dass die Inhalte auch entsprechend rezipiert werden und umgekehrt können primär national intendierte Inhalte grenzüberschreitend genutzt werden. So finden sich beispielsweise im Januar 2015 unter der Top-25 der meistgenutzten Internetangebote (Unique Visitors) in den USA mit der Daily Mail (Platz 3), The Guardian (Platz 5), The Daily Telegraph (Platz 10), The Mirror (Platz 12) und The Independent (Platz 14) allein fünf britische Angebote (Barthel 2015). Und zahlreiche der größeren Nur-Internetangebote expandieren bewusst weltweit. Die Huffington Post unterhält beispielsweise mittlerweile fünfzehn verschiedene Länderversionen in zehn verschiedenen Sprachen. Und auch andere ursprünglich US-basierte Angebote, wie BuzzFeed forcieren ihre Angebote im Ausland (Jurkowitz 2014). Die transnationale Nutzung verschiedener Nachrichtenangebote im Internet wird auch im Reuters Digital News Report deutlich (Reuters Institute for the Study of Journalism [RISJ] 2015b: 11). Es ist aber auch denkbar, dass eine transnationale Nutzung von den Anbietern gar nicht erwünscht ist, schließlich verwässert sie die Zielgruppe bzw. erschwert deren genaue Bestimmung, was sich wiederum ungünstig auf Werbekunden auswirken könnte (Curran et al. 2010: 892).

Für eine funktionierende transnationale Internetöffentlichkeit ist aber nicht nur die reine Systemverbindung oder Konnektivität wichtig, sondern darüber hinaus auch die gegenseitige Abhängigkeit und Interdependenz der

beteiligten Akteure und Gesellschaften auf die sich der Diskurs bezieht (Hafez 2005: 36). Demnach muss ein Modell transnationaler Internetöffentlichkeit auch *den Governance-Bezug derartiger Diskurse* berücksichtigen. Zu diesem Zweck können die von Wessler et al. (2008) ausgearbeiteten und bereits für Printmedien untersuchten Dimensionen transnationaler Öffentlichkeit (Kapitel 2.4) herangezogen werden. Mit den in diesem Rahmen abgeleiteten Indikatoren kann transnationale Vernetzung im Rahmen öffentlicher Diskurse im Internet einerseits gemessen und andererseits im Hinblick auf seine Qualität beurteilt werden. Nur *die Kombination transnationaler und journalistischer Integrations- und Vermittlungsleistungen* kann das komplexe Beziehungsgefüge transnationaler Netzwerköffentlichkeit im Internet adäquat beschreiben und bewerten (van Os/Jankowski 2007a: 64-69; Gil de Zuniga 2015: 3153). Prinzipiell gewinnen alle vier Dimensionen im Internet an Indikatoren hinzu, aber während diese für die eher auf Integration durch Homogenisierung abzielenden Dimensionen Ähnlichkeit der Diskurse bzw. Diskurskonvergenz und Kollektive Identität häufig abstrakt verbleiben, zeigt sich besonders in Bezug auf die relationalen Dimensionen Beobachtung des Regierens und Vernetzung der Diskurse das Potenzial der Netzwerkstruktur des Internets. Daher beschränkt sich diese Arbeit auf die Beschreibung und Erklärung der Struktur transnationaler Netzwerköffentlichkeit im Internet im Kontext dieser beiden Vernetzungsdimensionen.

4.3.1 Beobachtung des Regierens im Internet

Wie bereits in den vorigen Kapiteln beschrieben hält die integrierte Netzwerköffentlichkeit im Internet auch für die Beobachtung von Regierenden und Regierungshandeln zusätzlich zu den im Rahmen traditioneller Massenmedien etablierten Indikatoren neue Potenziale bereit. Dabei kann die Beobachtung auf der nationalen Ebene verbleiben, oder aber sich auf transnationale Governance-Prozesse ausdehnen. Allgemein geht es darum in Anlehnung an die Transparenzfunktion von Öffentlichkeit die Sichtbarkeit von Regierenden und Regierungshandeln in öffentlichen Diskursen zu erfassen. Die Netzwerkstruktur von Öffentlichkeit im Internet unterstützt diese Sichtbarkeit in besonderem Maße.

Im Rahmen dieser Arbeit liegt der *Fokus auf der Beobachtung transnationaler Governance im Internet*. Auf einer ersten, basalen Ebene muss die folgende Frage geklärt werden: Auf welche *an der Regierung beteiligten Akteure* in transnationalen öffentlichen Internetdiskursen *wird Bezug ge-*

nommen und welche entsprechenden Akteure *gestalten aktiv als Kommunikatoren diese Diskurse?* Außerdem ist von Interesse, *in welchem Kontext* Regierende und Regierungshandeln im Einzelfall *dargestellt* wird. Neben den in der Öffentlichkeitsforschung klassischerweise erfassten politischen Akteuren sind an nationalem und vor allem transnationalem Regierungshandeln auch zivilgesellschaftliche Akteure wie soziale Bewegungen und in einem Grenzbereich NGOs und multinationale Unternehmen beteiligt und müssten streng genommen in dieser Dimension berücksichtigt werden. Wie Wessler et al. (2008) bereits für traditionelle Massenmedien festhielten, können auch im Internet *zahlreiche und sehr unterschiedliche Indikatoren zur Messung dieser Dimension* herangezogen werden, die unterschiedliche Intensitätsgrade der Regierungsbeobachtung repräsentieren. Als häufigste Indikatoren können hier studienübergreifend *die politische Schwerpunktbene der Berichterstattung*, erfasst über das jeweilige *Hauptthema* sowie den *Ereignisanlass* eines Artikels und *die zitierten Sprecher* aufgezählt werden. Im Rahmen des Europub-Projekts werden zusätzlich zu den Sprechern im Rahmen der im Projekt dominanten Claims-Analyse noch die jeweiligen *Adressaten der Sprecheraussagen* erfasst.

Neben diesen gebräuchlichsten Indikatoren betonen Wessler et al. (2008) die Bedeutung des *Kontexts der Sichtbarmachung* von Regierenden und Regierungshandeln. Auch wenn schwerpunktmäßig transnationale Themen und Regierungsakteure angesprochen werden, so kann dies einerseits aus einer eher nationalen Perspektive geschehen, wenn Zusammenhänge bzw. Auswirkungen auf die eigene Nation des Berichterstatters im Vordergrund stehen, oder sie können andererseits tatsächlich transnational behandelt werden, wenn inter- oder supranationales Regieren tatsächlich in einem Gesamtzusammenhang diskutiert wird.

Wessler et al. (2008) erheben deshalb Indikatoren für die *beiden Sub-Dimensionen* „Sichtbarkeit politischer Institutionen“ und „Aufmerksamkeit für Regierungshandeln“ (Kapitel 2.2.1 und 2.2.2). Für die erste Sub-Dimension konzentrieren sie sich auf den Indikator *genannte Institutionen*. Kleinen-von Königslöw (2010a) greift die erste Sub-Dimension von Wessler et al. (2008) auf und erhebt darüber hinaus neben Institutionen noch *die genannten Hauptakteure* einzelner Beiträge. Außerdem erfasst sie klassisch im Rahmen dieser Dimension das *Hauptthema* und die *zitierten Sprecher* einzelner Beiträge. Überträgt man diese Sub-Dimension sowie die Ausdifferenzierungen und Ergänzungen durch Kleinen-von Königslöw (2010a) auf den Internetkontext, so bieten sich hier durch die gesteigerte Transparenz und die Möglichkeit der Disintermediation die folgenden zusätzlichen

Potenziale: So können politische und an Regierungsprozessen beteiligte zivilgesellschaftliche Akteure, Institutionen und Organisationen nicht nur innerhalb von Beiträgen erwähnt werden, sondern es kann *auch per Hyperlinks oder Tagging auf sie verwiesen werden*. Darüber hinaus können sie im Internet auch selbst vereinfacht als Anbieter Kommunikationsinhalte bereitstellen.

Die zweite Sub-Dimension messen Wessler et al. (2008) über den Indikator des *politischen Fokuses einzelner Artikel*. Zu diesem Zweck erfassen sie *die Thematisierung politischer Handlungen, Entscheidungen und Maßnahmen an prominenter Stelle der Artikel* sowie den *Grad ihrer geografischen Ausdehnung*. Diese Sub-Dimension kann ohne größere Anpassungen oder Ergänzungen auf die Analyse transnationaler Internetöffentlichkeit übertragen werden. Auf einer, einzelnen Diskursen übergeordneten, Ebene ist hier lediglich zu erwähnen, dass ein solcher grenzüberschreitende Fokus auf Regierende und Regierungshandeln transparenter und leichter nachzuvollziehen ist. Die von Wessler et al. (2008) zusätzlich erhobenen Einflussfaktoren, auf der Ebene der Nation (z. B. EU-Skeptizismus, Bevölkerungsgröße, Beitrittszeitpunkt zur EU) oder auf der Ebene des Mediensystems bzw. Einzelmediums (z. B. Anzahl der Auslandskorrespondenten einer Zeitung in Brüssel, Einstellung des Herausgebers zu transnationaler Berichterstattung, Raum innerhalb einer Zeitung für EU-Berichterstattung), sind natürlich auch im Rahmen transnationaler Öffentlichkeit im Internet von Interesse. Darüber hinaus müssen *internetspezifische Einflussfaktoren* berücksichtigt werden wie beispielsweise die *jeweilige nationale Internetverbreitung und -nutzung* sowie die *Rolle, die das Internet* und einzelne spezifische Internetangebote (z. B. verschiedene Social-Media-Angebote) *in den jeweiligen nationalen Mediensystemen einnehmen* (Hallin/Mancini 2012b: 212).

Die Dimension der Beobachtung des Regierens wurde in dieser Gesamtperspektive noch nicht auf die transnationale Internetöffentlichkeit übertragen. Es existieren aber bereits vereinzelt Studien, die ähnliche Indikatoren für Teilbereiche des Internets untersuchen, die unter dieser Dimension subsumiert werden können.

Allen voran ist die Pionierstudie von Koopmans und Zimmermann (2003; 2010, siehe auch Zimmermann/Koopmans/Schlecht 2004) zu nennen, die im Rahmen des Europub-Projekts durchgeführt wurde.⁴³ Sie unter-

⁴³ In ihrer Dissertationsschrift beschäftigt sich Zimmermann (2006) bereits mit dieser Perspektive.

suchten für verschiedene Politikfelder die Trefferlisten führender Suchmaschinen in sechs EU-Ländern und der Schweiz im Hinblick auf *genannte Akteure und Verlinkungsstrukturen* und verglichen diese mit der traditionellen Printberichterstattung.⁴⁴ In 2002 führten sie zu diesem Zweck anhand markanter Keywords für sechs verschiedene Politikfelder und die europäische Integrationsdebatte Suchanfragen durch und schlossen jeweils die ersten zehn Treffer in ihre Analyse ein. Ihre Ergebnisse zeigen, dass in 50 Prozent der Fälle nationale Websites verlinkt werden. Auf transnationale Akteure wie beispielsweise die EU-Kommission wird nur in 14 Prozent der Fälle verlinkt und auf ausländische Akteure auf nationaler Ebene in 19 Prozent. Sie schlussfolgern daraus ein relativ niedriges horizontales Niveau, aber verhältnismäßig ausgeprägtes vertikales Niveau von Europäisierung durch Verlinkungen. Letzteres konzentrierte sich aber stark auf staatliche politische Akteure (Koopmans/Zimmermann 2003; Zimmermann/Koopmans/Schlecht 2004: 26). Hinsichtlich der zitierten Sprecher („claimants“) finden sie online wie offline identische Anteile in- und ausländischer Akteure über die verschiedenen Politikfelder hinweg. Am häufigsten werden nationale politische Akteure aus der Regierung oder den verschiedenen politischen Parteien genannt. In einer aktuelleren Publikation, die allerdings auf der gleichen Datengrundlage beruht ergänzen sie die Inhalts- um eine Netzwerkanalyse der Verlinkungsstruktur (Koopmans/Zimmermann 2010). In der Netzwerkanalyse bestätigt sich der hohe Anteil vertikaler Vernetzung transnationaler Akteure, sowohl aus der EU als auch aus einem außereuropäischen Kontext (Koopmans/Zimmermann 2010: 193).

Im Gegensatz zu der Europub-Teilstudie untersuchen van Os, Vergeer und Jankowski (2006) den Europa-Diskurs von Websites verschiedener politischer Akteure im Kontext der Europaparlamentswahlen 2004. Hierfür recherchierten sie unter anderem mithilfe von Suchmaschinen und politischen Portalen Websites von Akteuren aus neun EU-Ländern, von denen erwartet werden konnte, dass sie in den entsprechenden Wahlkampf involviert sein werden. Aus den derart zusammengestellten Listen von Websites für die einzelnen Länder wurden geschichtete Stichproben von je hundert

⁴⁴ Folgende Indikatoren der Europäisierung politischer Kommunikation im Internet leiteten ihre Analyse (Koopmans/Zimmermann 2003): 1. verwendete Sprache, 2. Externe Verlinkung zu Akteuren anderer EU-Länder bzw. der supranationalen EU-Ebene, 3. Verweise auf Akteure und Informationen von Websites anderer EU-Länder bzw. der supranationalen EU-Ebene, 4. Verweise auf Quellen aus anderen EU-Ländern bzw. der supranationalen EU-Ebene, 5. Geografischer Bezug der zitierten Sprecher oder „claimants“ auf den Websites, und 6. der wahrgenommene Grad der Ausdehnung des thematischen Schwerpunkts der Trefferseiten.

Sites pro Land aus fünf unterschiedlichen Akteurskategorien gezogen. Unter den politischen Akteuren wurden in dieser Studie Kandidaten, politische Parteien, Regierungsakteure, NGOs, Gewerkschaften und sonstige politische Akteure unterschieden. Als Indikatoren dienten mit *der Nennung des EU-Parlaments-Wahlkampfes auf der Startseite*, *Nennung europäischer Themen auf der Startseite*, *innerhalb der Nachrichtenrubrik* oder *die Erwähnung europäischer Themen an anderen Stellen* (max. zwei Links von der Startseite entfernt) der Website, vier verschiedene, ausschließlich themenbezogene Eigenschaften der Websites. Nur 67 Prozent der analysierten Websites enthielten einen Bezug zum Wahlkampf auf der Startseite, obwohl für das Sample diesbezüglich eine hohe Einbindung angenommen wurde. Darüber hinaus untersuchte van Os (2005) in einer explorativen Studie die Websites französischer Parteien hinsichtlich eines nationalen oder transnationalen Framings der EU-Parlamentswahlen 2004. Europäische Interessen wurden auch hier überwiegend in einen französischen Zusammenhang gebracht.

Ungeachtet der unterschiedlichen und sich nur zum Teil überschneidenden Indikatoren wurde aus den Studien jeweils übereinstimmend gefolgert, dass der Grad an transnationaler Öffentlichkeit im Internet in Bezug auf die Dimension Beobachtung des Regierens als eher gering eingeschätzt werden kann.

Insgesamt liegt der Fokus innerhalb der Dimension Beobachtung des Regierens im Rahmen der transnationalen Netzwerköffentlichkeit im Internet also auf der Sichtbarkeit politischer Akteure in öffentlichen Diskursen. Zentral ist dabei vor allem, ob politische Akteure anderer Nationen bzw. internationaler und supranationaler Institutionen erwähnt werden und selbst zu Wort kommen. Basierend auf der Infrastruktur des Internets kann diese Sichtbarkeit in Form von Netzwerken beschrieben und dargestellt werden, die unterschiedlich groß, zentralisiert und dicht sein können und in verschiedene Richtungen sozialräumliche Grenzen überschreiten können. Dabei kann es sich um symbolische Netzwerke im Sinne Adams (2007, 2008) handeln, die auf Sprecheraussagen basieren, oder auf anderen inhaltlichen Verweisen, aber auch um hyperlinkbasierte Netzwerke. Bislang sind die Möglichkeiten des Internets diesbezüglich allenfalls ansatzweise empirisch erschlossen worden.

4.3.2 Diskursive Integration bzw. Vernetzung der Diskurse im Internet

Während die erste Vernetzungsdimension Beobachtung des Regierens vor allem auf politische Akteure abhebt, geht es im Rahmen der zweiten Vernetzungsdimension Diskursive Integration nach Wessler et al. (2008) bzw. Vernetzung der Diskurse (Kleinen-von Königslöw 2010a) um *den Einbezug möglichst vieler und vielfältiger gesellschaftlicher Mitglieder in öffentliche Diskurse*. Vor dem Hintergrund der deliberativen Perspektive auf Öffentlichkeit, steht darüber hinaus *besonders die Integration zivilgesellschaftlicher Akteure* in nationale und transnationale Diskurse im Vordergrund. Diese Dimension basiert neben der Transparenz- auch auf der Orientierungs- bzw. Integrationsfunktion von Öffentlichkeit. Erfolgreiche diskursive Integration mündet aus deliberativer Perspektive idealerweise in gegenseitigem Verständnis und Interesse, Versöhnung und Kompromissbereitschaft. Ziel der transnationalen diskursiven Integration ist also grenzüberschreitende Solidarität, also eine Art Gemeinsinn zu schaffen. Gerade diesbezüglich bietet das Internet für eine transnationale Öffentlichkeit neue Potenziale, deren soziale Realisierung aber erst in Ansätzen erforscht wurde.

Im Fokus dieser Dimension steht *das Initiieren von Gesprächen* sowie *gegenseitige Bezugnahmen jeglicher Art* in öffentlichen Diskursen. Welche Akteure treten als Kommunikatoren öffentlich in Erscheinung und welche Akteure werden in öffentlichen Diskursen genannt und auf welche Akteure wird verwiesen? Diskursive Integration bezieht sich insofern auf die sozialräumliche Ausdehnung transnationaler Öffentlichkeit im Internet, insofern als im Kontext dieser Dimension „actual discursive exchange across borders“ (Wessler et al. 2008: 17) gemessen wird. Die inhaltlichen Verweise auf andere Territorien, Gemeinschaften und Akteure spannen jeweils einen bestimmten sozialen Bezugsraum für öffentliche Diskurse auf. Auch im Rahmen der zweiten Dimension wird sowohl horizontale als auch vertikale Entgrenzung im Internet gemessen.

Neben den Akteuren ist aber auch *der Gegenstand des Austauschs* von Interesse, also die *Inhalte, Meinungen* und *Argumente*, die in Bezug auf die verschiedenen Sozialräume geäußert werden. Die netzwerkartige Infrastruktur des Internets erleichtert die gegenseitige Bezugnahme dabei erheblich. *Durch Verschlagwortung und Hyperlinks können Verweise zwischen Inhalten und Akteuren sowie die Ansprache anderer Akteure einerseits einfach hergestellt und andererseits auch öffentlich und dauerhaft sichtbar gemacht werden*. Auf der Grundlage der technischen Infrastruktur des Inter-

nets ist ein nationaler Akteur genauso nah oder weit entfernt, als ausländische Akteure und insofern er eine irgendwie geartete Internetpräsenz besitzt auch genauso leicht ansprechbar. Grenzen werden transnationalen Diskursen besonders durch individuelle Fähig- und Fertigkeiten wie Sprachkompetenz oder interkulturelles Wissen und Erfahrungen gesetzt.

Als *Indikatoren* für diese Dimension können *jegliche Formen von öffentlichen Erwähnungen und Verweisen* verwendet werden. Wessler et al. (2008) untersuchen im Kontext traditioneller Massenmedien *zwei Sub-Dimensionen* mit einem bzw. zwei Indikatoren. Die Sub-Dimension „Gegenseitige Beobachtung“ wird über *den geografischen Fokus* von Artikeln, also *die Nennung anderer Länder an prominenter Stelle im Text* erfasst. Das Erwähnen anderer Länder gilt hier als Indikator für das Beobachten von Vorgängen im entsprechenden Ausland und somit als transnationaler Verweis. Im Umfeld der Internetöffentlichkeit ändert sich hier bezüglich der Manifestation innerhalb von Diskursen nichts. Auch innerhalb von Internetinhalten kann auf andere Länder Bezug genommen werden. Auf einer übergeordneten Ebene erleichtert das Internet aber die Beobachtung anderer Länder, indem es ausländische Öffentlichkeiten leichter zugänglich macht.

Die zweite Sub-Dimension „Diskursiver Austausch“ operationalisieren sie zum einen über *diskursive Beiträge* und zum anderen über *diskursive Referenzen*. Während mit ersteren *Interviews oder Gastbeiträge ausländischer Akteure* gemeint sind, bezieht sich der zweite Indikator auf *direkte oder indirekte Zitate ausländischer Akteure*. Im Internet kann hier weiter differenziert werden zwischen *Anbietern einzelner Angebote, Autoren einzelner Beiträge* im Rahmen von Plattformen und Angeboten, *zitierten Sprechern* und *verlinkten oder verschlagworteten Akteuren*.

Wessler et al. (2008) weisen bereits im Offline-Kontext darauf hin, dass die Messung des reinen Verweises allein noch nicht ausreicht, sondern darüber hinaus immer auch *die Gründe für den Verweis* öffentlichkeitstheoretisch interessant sind. Sprecher und ihre Aussagen können *neutral* wiedergegeben werden, oder aber *im Zusammenhang mit einer Bewertung* stehen. Der Autor kann sich einerseits von dem zitierten Akteur oder seiner Aussage abgrenzen (negative Bewertung), oder sie unterstützen bzw. durch das Zitat eine eigene Position unterstreichen (positive Bewertung).

Neben der Bewertung sind noch *verschiedene Funktionen von Zitaten*, wie beispielsweise *der Import neuer Ideen, Perspektiven und Meinungen* in einen Diskurs, denkbar. *Hyperlinks* im Internet sind dagegen noch unbestimmter, da mit ihnen nicht notwendigerweise eine Form des Zitats gemeint sein muss. Sie können auch einfache Quellenangaben und anderes

sein (z. B. Koopmans/Zimmermann 2010: 175; Hale 2012;). Umso wichtiger ist es im Rahmen der Untersuchung transnationaler Netzwerköffentlichkeit im Internet nicht nur die reinen *Verlinkungen* zu erfassen, sondern darüber hinaus auch inhaltlich *ihre genaue Funktion zu bestimmen*, was in automatisierten Hyperlinkanalysen bisher nur begrenzt möglich ist. Das Öffentlichkeitstheoretische Interesse an der Bewertung von Verweisen lässt sich also auch auf Hypertext-Netzwerke übertragen.

Kleinen-von Königslöw (2010a) schließt sich in ihrer Analyse hinsichtlich dieser Dimension weitestgehend den Indikatoren von Wessler et al. (2008) an. Anstelle der diskursiven Beiträge misst sie allerdings *die Herkunft der in den Medienbeiträgen genannten Hauptakteure*. Als Bedingungen für ihre Auswertung formuliert sie erstens, dass in den Beiträgen eines Landes(-teils) alle anderen Länder bzw. Landesteile, Hauptakteure und Sprecher genannt werden müssen und zweitens, dass die Rangfolge gemessen an der Häufigkeit der Nennungen die Bedeutung des jeweiligen Landes(-teils), gemessen an der Bevölkerungszahl, repräsentieren soll. Hinsichtlich der *Bedeutung eines Landes* lassen sich sicher noch zusätzliche Indikatoren, wie *Wirtschaftskraft*, *Sprachraumzugehörigkeit* oder *Einbindung in inter- und transnationale Regierungsstrukturen* hinzuziehen. Im Zusammenhang mit dem Internet müssen auch mediensystemspezifische Indikatoren wie beispielsweise die *Internetverbreitung und -nutzung* aufgenommen werden (Hallin/Mancini 2012b: 212).

Die Operationalisierung diskursiver Integration nach Wessler et al. (2008) wird unter Kommunikationswissenschaftlern nicht unkritisch gesehen. Sie operationalisieren diese Dimension über *eine Wahrnehmungsperspektive*. Dahinter steckt die Annahme, dass je sichtbarer ein Indikator bzw. ein transnationaler Verweis im öffentlichen Diskurs ist, desto wahrscheinlicher wird dieser Verweis auch tatsächlich vom Publikum wahrgenommen. Im Rahmen des Europub-Projekts wird diese Vernetzungsdimension dagegen enger operationalisiert. Im Rahmen des *Claim-Making-Ansatzes* (Koopmans/Statham 2010a) werden grenzüberschreitende Verweise über *die genaue Verbindung zwischen Sprecher und dem in seiner jeweiligen Aussage angesprochenen Adressaten* erfasst. Dabei handelt es sich streng genommen um *eine einseitig gerichtete Vernetzung*, da nicht sichergestellt ist, ob der Adressat die an ihn gerichtete Äußerung tatsächlich wahrnimmt. Auch im Fall des Bremer Forschungsprojekts von Wessler kann eine reziproke Vernetzung über gegenseitige Wahrnehmung nur vermutet und nicht letztendlich nachvollzogen werden, sie ist jedoch insofern wahrscheinlicher, als die Indikatoren weiter gefasst und auf mehreren, unterschiedlich

differenzierten Ebenen verortet sind. Im Internet sind reziproke Vernetzungen zwischen Kommunikator und Rezipient einfacher möglich, werden aber aufgrund der großen Informationsmenge letztendlich auch nur in wenigen Fällen realisiert. Deshalb wird auch im Rahmen dieser Arbeit der weiter gefassten Wahrnehmungs-Perspektive der Vorzug gegeben.

Trotz ihrer detaillierten Operationalisierung wurde im Rahmen des Europub-Projekts eine der ersten und seltenen empirischen Studien zur grenzüberschreitenden Internetöffentlichkeit auf der Grundlage von Sprechern und Verlinkungen durchgeführt. Die in Kapitel 4.3.1 ausführlich beschriebene Studie von Koopmans und Zimmermann (2003, 2010) untersuchte ebenfalls grenzüberschreitende Verweisstrukturen auf horizontaler Ebene. Für die externen Hyperlinks der von ihnen analysierten Websites wurden jeweils *Herkunft des verlinkten Akteurs*, der *Akteurstyp*, die *Themen- oder Parteizugehörigkeit* sowie die *geografische und organisationale Reichweite* (z. B. lokal, national, EU) erfasst. Die Analyse brachte für die im Rahmen dieser Dimension im Vordergrund stehende horizontale transnationale Ausdehnung von Öffentlichkeit eher ernüchternde Ergebnisse hervor. Nur elf Prozent der Hyperlinks aus Websites nationaler Akteure richteten sich an ausländische Akteure. Die Netzwerkanalyse bestätigte die inhaltsanalytischen Erkenntnisse. Intranationale Linknetzwerke wiesen mit länderübergreifend durchschnittlich sieben Prozent die höchste Dichte auf, gefolgt von vertikalen Netzwerken zwischen einzelnen Nationen und der supranationalen Ebene.⁴⁵ Horizontal entgrenzte Linknetzwerke sowohl von als auch zu anderen Nationen weisen dagegen durchschnittlich nur eine Dichte von 0,2 Prozent auf (Koopmans/Zimmermann 2010: 187-192). Ihre Daten wurden allerdings bereits 2002 und somit lange vor Etablierung der vernetzungstarken Social-Media-Angebote erhoben.

4.4 Transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet: Ein Modell

Auf Basis der Erkenntnisse aus den vorangehenden Kapiteln lässt sich das folgende Modell transnationaler Netzwerköffentlichkeit im Internet ableiten: Ein Teil der transnationalen, also grenzüberschreitenden Kommunikation im Internet erfüllt die Kriterien öffentlicher Kommunikation. Bei den

⁴⁵ Die Resultate der Studie zeigten die folgende Verteilung: europäisch-supranational zu national drei Prozent, national zu europäisch-supranational ein Prozent und außereuropäisch-supranational zu national drei Prozent, national zu außereuropäisch-supranational ein Prozent.

Grenzen kann es sich zunächst einmal um nationale oder auch kulturelle Grenzen handeln, die online wie offline gleichermaßen existieren. Im Internet sind sie aber häufig durchlässiger. Auch im Internet setzt transnationale Öffentlichkeit auf nationaler Öffentlichkeit auf. Davon ausgehend kann sich die Netzwerköffentlichkeit im Internet in horizontaler oder vertikaler Hinsicht entgrenzen, wenn einerseits Beziehungen zwischen Akteuren oder Angeboten bestehen, die unterschiedlichen Nationen angehören, oder Beziehungen zwischen nationalen und supranationalen Akteuren oder Angeboten existieren. Darüber hinaus können auch supranationale Akteure miteinander in Kommunikationsbeziehungen treten.

Die kommunikative Entgrenzung im Internet basiert auf den in Kapitel 3 ausgeführten Spezifika der Internetkommunikation bezüglich der Sozial-, Zeichen- und Raum- und Zeitdimension, die grob mit den Schlagworten Flexibilität, Dezentralität, Dynamik, Archivierung, Rollenwechsel, Multimedialität und Angebotshybridisierung zusammengefasst werden können. Dadurch können marginalisiertere Akteure leichter Aufmerksamkeit erhalten bzw. in der transnationalen Öffentlichkeit zu Wort kommen. Marginalisiert bezieht sich hier zum einen auf die geografische Dimension verschiedener Nationen und Kulturen und zum anderen auf eine soziale Dimension. Auch wenn sich im Internet die kommunikative Dominanz bereits offline mächtiger Akteure vielfach fortsetzt, können die Zivilgesellschaft und andere Außenseiter-Akteure dort einfacher und auf vielfältige Weise zu Wort kommen.

Aufgrund der netzwerkartigen technischen Infrastruktur des Internets nimmt transnationale Öffentlichkeit auf dieser medialen Plattform prinzipiell die Form eines Netzwerks an. Bei *transnationaler Netzwerköffentlichkeit im Internet* handelt es sich folglich um *ein Netzwerk von Kommunikationsbeziehungen zwischen Akteuren, Angeboten oder Inhalten im Internet, die nationale und kulturelle Grenzen überschreiten*. Diese Kommunikationsbeziehungen können Öffentlichkeit einerseits horizontal entgrenzen, wenn sich einzelne nationale Öffentlichkeiten derart verbinden, oder vertikal entgrenzen, wenn Kommunikationsflüsse von nationalen Akteuren und Angeboten in Richtung supranationaler Akteure und Angebote fließen und umgekehrt (Brüggemann et al. 2009: 396; Soffer 2013: 58-59). Zusätzlich werden in diesem Öffentlichkeitsnetzwerk auch genuin supranationale Kommunikationsbeziehungen zwischen supranationalen Akteuren sichtbar.

Verschiedene Bereiche des Netzwerks sind dabei unterschiedlich stark *integriert bzw. fragmentiert*. In der transnationalen Netzwerköffentlichkeit im Internet bilden sich folglich entlang nationaler und kultureller Grenzen

sowie über diese hinweg, unterschiedlich stark verdichtete Öffentlichkeiten, deren Diskurse in verschiedenen Ereignissen, Themen oder Akteursgruppen verankert sein können (Dahlgren 2005: 152; Kluver 2015: 569; Heinderyckx 2015: 3167-3168). Die konsequente Anwendung der Netzwerkmetaphorik entbindet den Forscher in diesem Zusammenhang von analytisch wenig sinnvollen und häufig willkürlich anmutenden Abgrenzungen von Teilöffentlichkeiten. In Form eines Gesamtnetzwerks können auf ganz unterschiedlichen Skalierungsebenen Verdichtungen und ihr jeweiliger Anker identifiziert werden.

Bestimmte Ereignisse, Themen oder Akteure und Akteursgruppen besitzen somit ein spezifisches *Integrationspotenzial* für die transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet. Sie können mit spezifischen Leistungen zur Integration beitragen. Hierzu gehören ganz *allgemeine Integrationsleistungen*, wie das Vermitteln gemeinsamer Normen und Werte, grenzüberschreitende Themensetzung, das Teilen gemeinsamen Wissens sowie der Repräsentation verschiedenster transnationaler Akteure. Dabei werden sie unter den speziellen Bedingungen der Internetöffentlichkeit erbracht, die durch Flexibilität, Dezentralität, eine hohe Dynamik, die Möglichkeit zur einfachen Archivierung von Inhalten sowie zum Rollenwechsel zwischen Leistungs- und Publikumsrolle, Multimedialität und der Hybridisierung von Angeboten geprägt ist. Die verschiedenen Akteure können dabei unterschiedliche Integrationsmechanismen verwenden. Sprecher aus den verschiedenen gesellschaftlichen Teilsystemen können zum Beispiel ihre Aussagen in verschiedenen Angeboten und Öffentlichkeiten äußern und verbreiten sowie direkt mit ihren Zielgruppen in einen Dialog treten. Technische Möglichkeiten auf der gleichen Plattform wie beispielsweise Übersetzungsanbieter unterstützen diese Leistungen.

Hinzu kommen *internetspezifische Integrationsleistungen* die zur Transnationalisierung von Öffentlichkeit beitragen. Verlinkungen können unkompliziert Angebote verschiedener Nationen oder Kulturkreise vernetzen. Das gleiche gilt für Tags jeglicher Art. Im Großen und Ganzen sind diese Mechanismen im Internet durch Such- und Filtermöglichkeiten und Verlinkung oft transparenter und für den Nutzer einfacher und schneller nachvollziehbar.

Die Grenzen und Verdichtungen transnationaler Öffentlichkeit sind dabei einer konstanten *Flüchtigkeit und Dynamik* ausgesetzt, auch wenn es im Kern ein mehr oder weniger stabiles Set von Angeboten gibt die regelmäßig an öffentlichen Debatten beteiligt sind (Schneider/Foot 2004; de Wilde/Michailidou/Trenz 2013: 25, 27). Dabei ist das Entstehen transnationaler Öff-

fentlichkeit im Internet entscheidend von dem Engagement und der transnationalen Orientierung und Ausrichtung entsprechender Akteure abhängig (Bohman 2004).

Durch die dynamische, dezentrale Struktur des Internets und die Möglichkeit des flexiblen Rollenwechsels zwischen Kommunikator und Rezipient entsteht auch über nationale und kulturelle Grenzen hinweg eine komplexe Interaktionsstruktur, auf der transnationale Öffentlichkeit im Internet aufsetzt. Insgesamt handelt es sich bei der transnationalen Netzwerköffentlichkeit im Internet also um eine äußerst komplexe Interaktionsstruktur, zu deren transnationaler Ausrichtung vielfältige Faktoren und Akteure beitragen.

4.5 Transnationale Netzwerköffentlichkeit in der Blogosphäre

Einen speziellen Ausschnitt der komplexen Interaktionsstruktur transnationaler Netzwerköffentlichkeit im Internet bilden Blogs. Anknüpfend an Kapitel 3.4, in dem die Rolle von Blogs für Öffentlichkeit im Allgemeinen und eine integrierte Netzwerköffentlichkeit im Internet im Speziellen ausgeführt wird, soll an dieser Stelle die Bedeutung von Blogs für eine transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet beschrieben werden (siehe auch Wessler/Brüggemann 2012: 54).

Durch die offene, einfach zu bedienende und weltweit verbreitete Formatstruktur eignen sie sich besonders für transnationale Kommunikation im Internet, da sie von allen gesellschaftlichen Akteuren betrieben werden können. Trotz verschiedener Blogkulturen sind sie, abgesehen von staatlichen Zensurmaßnahmen, *weltweit öffentlich und vernetzbar* (Bucher/Büffel 2006: 134; Lull 2007). Prinzipiell werden Blogs in den verschiedensten Kulturen und Nationen genutzt und angeboten (Dumova 2012: 255). Im Gegensatz zu anderen Social-Media-Angeboten unterliegen Blogs weltweit geringeren Angebots- und Anbieterschranken. Es existieren zwar verschiedene Bloghosts, -plattformen und -aggregatoren, aber sie sind nicht unbedingt an nationale Bezugsräume gebunden und durch die Offenheit des Formats ähnelt sich die grundsätzliche Erscheinungform von Blogs länderübergreifend und es gibt weniger national begrenzte Anbieter als beispielsweise bei den sozialen Netzwerken mit QZone in China oder VKontakte in Russland. Dennoch bilden sich auch bei der Blognutzung kulturspezifische Praktiken heraus. Russische Blogs wurden zum Beispiel gern über die US-amerikanische Plattform LiveJournal vernetzt (Dumova 2012: 257).

Obwohl Blogs prinzipiell weltweit genutzt werden, besitzt das Format genau wie andere Social-Media-Angebote in den verschiedenen nationalen Mediensystemen unterschiedliche Relevanz und Ausprägungen. *Auch hinsichtlich der Blognutzung zeigen sich „Global Digital Divides“*. Da vor allem politische Themenblogs vorwiegend als Resonanz- und Diskussionsraum traditioneller Berichterstattung fungieren, stehen Umfang und Beschaffenheit der einzelnen nationalen Blogosphären in einem engen Zusammenhang mit Internetablegern traditioneller Massenmedien (Bucher/Büffel 2006: 134).

Umfang und *Beschaffenheit der weltweiten Blogosphäre* oder einzelner lokaler Blogosphären zu bestimmen ist wie bereits in Kapitel 3.4 beschrieben eine unmögliche Aufgabe (Zuckerman 2008: 48-50). Der letzte öffentlich zugängliche State-of-the-Blogosphere-Report von Technorati (2011) zeigt, dass ein Großteil der (auf Englisch) befragten Blogger aus den USA stammt, gefolgt von Europa, Ozeanien und dem restlichen Nordamerika. Kleinere Anteile der Blogger stammen aus Lateinamerika, Süd- und Ostasien. Blogger aus Afrika und dem mittleren Osten machen nur einen marginalen Anteil aus (Technorati 2011).⁴⁶ Der Bloghost WordPress gibt an, dass 71 Prozent der im Jahr 2015 über diese Plattform betriebenen Blogs englischsprachig sind, gefolgt von spanischsprachigen (4,7 Prozent) und Indonesisch (2,4 Prozent). Nur 1,2 Prozent der WordPress-Blogs sind deutschsprachig (WordPress 2015).

In einigen Ländern, wie beispielsweise den USA mit einer schwach ausgeprägten bzw. rückläufigen Lokalpresse und sehr wenig meinungsbetonter Berichterstattung (Berger 2009), kompensieren Blogs hier Defizite.⁴⁷ In Israel ähneln die Beiträge von Bloggern eher öffentlich-rechtlichen Medien und bilden somit ein Gegengewicht zu ansonsten dominanten privaten Medienanbietern (Lehman-Wilzig/Schejter 1994; Vaisman 2009: 129). Douai (2009: 134-135) unterstreicht, dass die Beschaffenheit der *arabischen Blogosphäre* unter anderem eine Reaktion auf die Dezimierung irakischer Medien durch die US-amerikanischen Besatzungstruppen ist.

Rückschlüsse auf eine stärkere oder schwächere *Ausprägung der Blogosphären verschiedener Länder* können nur auf der Grundlage von Beschreibungen verschiedener nationaler Medienlandschaften gezogen werden, die meist nur für wenige bestimmte Länder und häufig nur auschnitts-

⁴⁶ Für eine Zusammenstellung und Einordnung verschiedener internationaler Blognutzungs-Statistiken siehe auch Dumova (2012: 255-257).

⁴⁷ Für eine ausführliche Diskussion des Zusammenhangs zwischen der politischen Diskussionskultur und Blogs in den USA siehe Hyun (2012: 398-400).

weise, auf bestimmte Plattformen bezogen, vorliegen (z. B. Reuters Institute for the Study of Journalism [RISJ] 2015a, b). In *Spanien* betreiben fünf Prozent einen Blog mit dem sie im weitesten Sinne Nachrichten verbreiten. In den *USA* sind es vier Prozent, in *Irland* zwei Prozent und in *Großbritannien* und *Australien* jeweils einem Prozent. In *Deutschland* bloggen zwei Prozent Nachrichten (RISJ 2015a: 83). Bislang steht eine systematische Klassifizierung von Mediensystemen, die nicht nur auch nicht-westliche Länder miteinschließt, sondern eben auch jeweils die extrem dynamischen und möglicherweise grenzüberschreitend vernetzten Internetlandschaften miteinbezieht noch aus, obwohl in der Forschung bereits seit längerem auf dieses Desiderat hingewiesen wird (Norris 2009; Hardy 2012: 194). Derartige Studien müssten an die bisherige Forschung zu verschiedenen Fernsehlandschaften im Kontext unterschiedlicher politischer Informationsumgebungen in Europa angelehnt sein (Esser et al. 2012; Pfetsch/Esser 2014: 92), ihre Durchführung scheitert bisher aber vermutlich an der Nichtverfügbarkeit systematischer und vergleichbarer Informationen zu verschiedenen nationalen Internet- und Social-Media-Angeboten.

Hallin und Mancini (2012b: 212) schlagen in ihrer Entgegnung auf die Kritik an ihrer *Typologie* vor, das Internet im Rahmen ihrer Dimension „structure of media markets“ einzubinden, in der sie bisher vorrangig den Zeitungsmarkt berücksichtigen. Wie genau diese Einbindung erfolgen und auf welchen Daten sie basieren soll, spezifizieren sie nicht (Hallin/Mancini 2012b: 212). Die Studie von Rauchfleisch und Kovic (2016) deutet in diese Richtung, ohne dass sie sich explizit auf die *Mediensystemforschung* beziehen.⁴⁸ Mittels einer Clusteranalyse der Makrolevel-Daten Internetpenetration, Pressefreiheit und Bürgerrechte aus über 160 Ländern ermitteln sie drei Ländergruppen. Das Cluster mit einer hohen Internetpenetration, hoher Pressefreiheit und einer hohen Garantie der Bürgerrechte stellt dabei die kleinste Ländergruppe dar. Ihr Einbezug des Internets begrenzt sich allerdings auf die Inklusion der Internetpenetrationsraten in die Analyse. Interessant wäre darüber hinaus vor allem die systematische und empirische Ermittlung des Zusammenhangs unterschiedlicher Ausprägungen von verschiedenen Social-Media-Angeboten und der übrigen Medienlandschaft einer Nation.

Verschiedene exemplarische Berichte über Social-Media- und *Blognutzung* aus verschiedenen Ländern zeigen zum Teil *erhebliche nationale und kulturelle Unterschiede* auf und verweisen auch gern auf Zusammenhänge zum restlichen Mediensystem (Valenzuela et al. 2014). Außerdem spielen

⁴⁸ Siehe hierzu auch die Analysen verschiedener Social-Media-Angebote anhand der Media Systems Dependency Theory (MSD) (z. B. Brough/Li 2013).

Diffusions-Unterschiede eine Rolle, da das Format der Blogs ursprünglich aus den USA stammt und sich von dort international verbreitet hat. Im Rahmen dieser Adoptionsprozesse wird das Blogformat durchaus modifiziert und an nationale Besonderheiten angepasst (Hyun 2012: 398, 408). Vor diesem Hintergrund kann angenommen werden, dass Unterschiede in der Beschaffenheit, öffentlichen Leistungen und dem Grad der Politisierung verschiedener nationaler Blogosphären stark von der jeweiligen politischen Kultur, dem politischen System, dem Medien- bzw. Öffentlichkeitssystem und einzelnen Schlüsselereignissen abhängen.

Von besonderem Interesse für eine *transnationale Internetöffentlichkeit* sind die sogenannten *politischen Blogs*, die in einem engeren Sinne Themen von gesellschaftlicher Relevanz behandeln (Kapitel 3.4). An verschiedenen Stellen wird seit geraumer Zeit bereits auf das Potenzial dieses Angebots-typs für die Entstehung einer „Weltöffentlichkeit“ (Beck 2010: 20) hingewiesen, ohne, dass bislang ein großer Forschungsstand zur komparativen politischen Blogforschung entstanden wäre (Vaccari 2015: 5). Besonders außerhalb des anglo-amerikanischen Kontexts existieren nur wenige Blogstudien (Moe 2010). Zu einem Großteil mag das an den schwierigen empirischen Voraussetzungen liegen, wie dem fluiden und verschwimmenden Angebotsformat oder dem Fehlen von validen und vergleichbaren Bloglisten und Verzeichnissen auf nationaler und erst recht auf transnationaler Ebene (Vaccari 2015: 5).

Auch im Rahmen der *transnationalen Blogforschung* dominieren die klassischen Fragestellungen zur Interaktivität und dem Verhältnis von Bloggern zum Journalismus. Ebenfalls charakteristische Blogmerkmale wie Globalität und der transnationale Netzwerkcharakter der Blogs werden darüber vernachlässigt (Bucher/Büffel 2006: 141). Ganz allgemein lässt sich der geringe und stark fragmentierte Forschungsstand zur transnationalen Netzwerköffentlichkeit in der Blogosphäre analytisch anhand des jeweiligen Forschungsschwerpunktes in vier Bereiche einteilen⁴⁹: Zum einen werden verschiedene Blogs, Blogformate, Blogger oder spezifische Blogdiskurse über diverse Nationen oder Sprachräume hinweg verglichen (*transnationaler Blog-Vergleich*). Und zum anderen wird die sprachraum- oder nationenübergreifende Vernetzung von Blogs bzw. Bloggern, zumeist auch im Kontext spezifischer Diskurse, gemessen (*transnationale Blog-*

⁴⁹ Ein Großteil der Blogforschung ist in einem US-amerikanischen Kontext entstanden und birgt somit die Gefahr unzulässiger Verallgemeinerungen oder fehlinterpretierter nationaler Besonderheiten bei der Übertragung auf andere nationale Kontexte (Hyun 2012: 398).

Vernetzung). Im Rahmen des dritten Bereichs kann die Vernetzung innerhalb nationaler oder kultureller Blogosphären miteinander verglichen werden (*Vergleich nationaler Blog-Vernetzung*). Theoretisch können die Bereiche auch miteinander kombiniert werden, wenn beispielsweise zunächst die transnationale Vernetzung, sowohl horizontal als auch vertikal innerhalb von nationalen oder kulturellen Blogosphären erhoben wird und dann die verschiedenen Vernetzungsgrade miteinander verglichen werden (*Vergleich transnationaler Blog-Vernetzung*). Während zu dem ersten, rein komparativen Bereich noch verhältnismäßig viele Studien existieren, wurde die tatsächliche Vernetzung zwischen verschiedenen nationalen und kulturellen Blogosphären nur vereinzelt untersucht. Komparative Studien zur Vernetzung verschiedener nationaler und kultureller Blogosphären werden gerade in jüngerer Zeit vermehrt durchgeführt, während der Vergleich transnationaler Vernetzung von Blogs äußerst selten ist.

Bei den *Studien zu transnationalen Blog-Vergleichen* handelt es sich zu einem erheblichen Teil um Einzelfallstudien, die häufig qualitative Methoden anwenden um die Blogdiskurse zu messen (z. B. Ringrose 2011: 985). Oft werden in Sammelbänden zu einem bestimmten Ereignis oder Thema Fallbeispiele aus verschiedenen Ländern einander gegenübergestellt ohne notwendigerweise eine systematische oder begründete Auswahl einzuhalten und ohne vergleichbare Untersuchungsdesigns anzuwenden (Schlobinski/Siever 2005; Russell/Echchaibi 2009; Dumova/Fiorio 2012; Valenzuela et al. 2014). In diesem Aspekt spiegelt sich die generelle Entwicklung komparativer Forschung in der Kommunikationswissenschaft auch in der Blogforschung wider (Pfetsch/Esser 2014: 88-89). Valenzuela et al. (2014: 5) konstatieren beispielsweise, dass Blogger in Nigeria zur Verbreitung von Gerüchten beitragen und der traditionellen Medienberichterstattung und Öffentlichkeit dadurch grundlos Glaubwürdigkeitsprobleme verschaffen. Für Frankreich und Tadschikistan betonen sie dagegen die starke staatliche Regulierung von Bloggern. In der Türkei dominiert dagegen eine künstlerische und service-orientiertere Blognutzung, während in der Ukraine der Einsatz unter anderem von Blogs im Kontext gegenöffentlicher Kommunikation im Vordergrund steht (Valenzuela 2014: 7-8).

Der Sammelband von Russell und Echchaibi (2009) versucht mithilfe von Fallstudien aus acht Ländern, u. a. China, Russland Marokko und Singapur, sowie der muslimischen Blogosphäre den Fokus der (komparativen) Blogforschung auf einen nicht-westlichen Bezugsbereich auszudehnen. Die verschiedenen Autoren stellen zu diesem Zweck einzelne länder- und kulturspezifische Blogs vor. Der Fokus liegt dabei überwiegend auf der Nutzung von Blogs als Sprachrohr der Gegenöffentlichkeit und Mobilisierung.

Curran et al. (2013) untersuchen am Rande ihrer komparativen Studie von Nachrichten-Websites aus neun verschiedenen Ländern am Rande auch Blogs, die Nachrichtenfunktionen erfüllen, ohne dass sie den Bloganteil an ihrem Untersuchungsmaterial genau ausweisen. Ihre Ergebnisse zeigen einen starken nationalen Fokus der Internetberichterstattung über die verschiedenen Länder hinweg. Wenn andere Länder genannt werden, konzentriert sich diese Aufmerksamkeit zumeist auf wenige, mächtige Nationen (Curran et al. 2013: 891-892).

Die vergleichenden Studien lassen sich weiter unterteilen.⁵⁰ Ein Großteil der transnationalen Blogforschung beschäftigt sich *mit bestimmten Themen oder Ereignissen*. Gerade während politischer Unruhen, Kriege und Katastrophen, wenn die Berichterstattung der traditionellen Massenmedien stärker kontrolliert erfolgt bzw. sie (noch) keinen Zugang zu Informationen und Ereignisorten haben, spielen Blogs neben anderen Social-Media-Angeboten eine wichtige Rolle. Erforscht wurden beispielsweise verschiedene Kriege und Konflikte (Wall 2006) oder andere transnationale Ereignisse wie Naturkatastrophen (Bucher/Büffel 2006: 133).

Ein weiterer Bereich der komparativen Blogforschung befasst sich mit *grenzüberschreitender Gegenöffentlichkeit* im Internet. Als wichtiges Sprachrohr der politischen Opposition in autoritär regierten Ländern werden Blogger immer wieder politisch verfolgt (Douai 2009: 147; Reporters Sans Frontieres [RSF] 2015a) und auch von bestimmten extremen Bevölkerungsgruppen bedroht (RSF 2015b), wie jüngst der saudi-arabische Blogger Raif Badawi (Spiegel Online 2015). Im Zentrum steht hier häufig der Einsatz von Blogs durch transnationale soziale Bewegungen (Best/Kellner 2001; Sloam 2014; Risse 2015a: 20; Bennett/Lang/Seegerberg 2015: 109). Vereinzelt wurde auch die Bedeutung von Blogdiskursen für eine *transnationale bzw. europäische Öffentlichkeit* erforscht (Wilde/Michailidou/Trenz 2013; Mourao et al. 2015; Gil de Zuniga 2015: 3158). Aufgrund der unsystematischen Länderauswahl und der heterogenen Fragestellungen und methodischen Zugänge ist die Vergleichbarkeit dieser Studien begrenzt.

Der *Forschungsstrang zur transnationalen Vernetzung von Blogs* lässt sich ebenfalls weiter ausdifferenzieren. Vernetzung bezieht sich dabei zumeist auf die Verlinkungen der Blogs. Zum einen kann unterschieden werden ob die Studien die Überbrückung von *Sprachräumen* (Zuckerman 2008;

⁵⁰ Zwei für diese Arbeit nicht relevante Spezialbereiche der komparativen transnationalen Blogforschung beschäftigen sich mit dem Einsatz von Blogs zu Zwecken der Public Diplomacy (z. B. Zhong/Lu 2013) sowie der Blognutzung von Migranten (z. B. Peter 2013).

Hale 2012; Woo-Young/Park 2012) oder *Nationen* (Reese/Rutigliano/Hyun/Jeong 2007) untersuchen. So analysiert Hale (2012) beispielsweise den englisch-, spanisch und japanischsprachigen Blogdiskurs im Anschluss an das Erdbeben in Haiti im Jahr 2010. Seine Studie zeigt, dass vor allem spanisch- und japanischsprachige Blogs cross-lingual verlinken und weniger englischsprachige Angebote.

Ein Teil der Studien zur transnationalen Vernetzung von Blogs fokussiert auf die *verschiedenen Positionen* und damit verbundenen *Funktionen* der Blogs im Netzwerk: Zuckerman (2008: 48) brachte im Zusammenhang mit Bloggern, die Bezüge zwischen verschiedenen Nationen und Sprachräumen herstellen den Begriff des „*Bridgeblogs*“ in die wissenschaftliche Blogforschung ein, der vorab bereits von verschiedenen chinesischen und iranischen Bloggern verwendet worden war. Er macht diese Bezüge zum einen an konkreten Verlinkungen fest und zum anderen am Sprachgebrauch. Wenn nicht-muttersprachliche Blogger vorwiegend englische Beiträge verfassen, deute dies auf eine Ausrichtung über nationale und kulturelle Grenzen hinaus (Zuckerman 2008: 48). Lynch (2007) unterscheidet mit „*Activists*“, „*Bridge Bloggers*“ und „*public-sphere Bloggers*“ idealtypisch drei Kategorien von arabischen Bloggern, die bestimmte öffentliche Vernetzungsleistungen erbringen. Erstere sind besonders in soziale Bewegungen eingebunden und sie kennzeichnet ein hohes Mobilisierungspotenzial. Zweitere bloggen in Englischer Sprache und richten ihre Inhalte primär an ausländische, vornehmlich westliche Medien. Und die dritte Gruppe diskutiert intensiv öffentliche und politische Angelegenheiten, ohne in soziale Bewegungen involviert zu sein. Lynch (2007: 9) schränkt allerdings selbst ein, dass es sich um Idealtypen handelt und dass Mischformen existieren.

Und zum anderen kann entlang der *Art der analysierten Verweise* unterschieden werden. Die meisten Studien messen die grenzüberschreitende Vernetzung zwischen Blogs ausschließlich auf der *Ebene der Hyperlinks* (z. B. Hale 2012; Woo-Young/Park 2012). Eine frühe Studie zur grenzüberschreitenden Vernetzung von Blogs stammt von Reese, Rutigliano, Hyun und Jeong (2007), welche die externen Linkziele von sechs hochgerankten US-Nachrichtenblogs im Hinblick auf ihre Herkunft untersuchten. Die Blogs in ihrem Sample verlinkten zu über 90 Prozent auf nationale Websites. Selbst Websites aus anderen Nationen aber dem gleichen Sprachraum, wie beispielsweise britische Internetangebote werden nur marginal verlinkt, was auf ein Weiterbestehen nationaler Grenzen im Internet hindeutet.

Auch die Netzwerkkarte von Verlinkungen zwischen arabischen Blogs zeigt überwiegend Gruppen entlang von nationalen Grenzen (Et-

ling/Kelly/Faris/Palfrey 2010). Eine Besonderheit stellt die Studie von Himmelboim (2010) zur Verlinkung von News-Websites aus 73 verschiedenen Ländern dar, in deren Rahmen er auch ihre Verlinkung auf Blogs erfasst. Seine Ergebnisse zeigen, dass nur ein Siebtel der Links auf Blogs verweisen. Besonders in den USA wurden Blogs stark verlinkt (Himmelboim 2010: 383). Anhand der externen Links von News-Websites teilt er die untersuchten Länder in einen stark vernetzten Kern, eine weniger gut vernetzte Semi-Peripherie und eine schlecht angebundene Peripherie ein und bestätigt somit die bereits vermuteten Zentrum-Peripherie Strukturen im Hinblick auf die Internetgeografie (Himmelboim 2010: 388).

Links dürfen im Zusammenhang mit Blogs nicht nur als rein technische Verknüpfungen betrachtet werden, sondern durch sie manifestieren sich soziale Beziehungen (Bucher/Büffel 2006: 138). *Inhaltliche Verweise auf der Diskursebene*, wie beispielsweise symbolische Netzwerke, und inhaltliche Einordnungen der Hyperlinks⁵¹ werden meist nicht erhoben. Eine der wenigen Ausnahmen stellt diesbezüglich die Studie von Hale (2012) dar, der Cross-Linguale-Hyperlinks unter anderem nach Zitaten, Beziehungsverweisen und Übersetzungen unterscheidet. Er findet einen überraschend hohen Anteil menschlicher Übersetzung in seinem Sample.⁵² Neben diesen verschiedenen Analyseebenen zeigen sich auch bei der Vernetzung von Blogs die bereits im Rahmen der transnationalen Blog-Vergleiche angesprochenen Bereiche.

Auch hier spielen *Krisen und Konflikte* eine besondere Rolle (Ringrose 2011: 983-984). Ringrose (2011) untersuchte beispielsweise mithilfe einer qualitativen Inhaltsanalyse sechs englischsprachige Angebote von israelischen und libanesischen Bloggern während des Libanonkrieges 2006. Besonders englischsprachige, an westliche Medien gerichtete Angebote kommunizieren über nationale Grenzen und somit Kriegsparteien hinweg. Der grenzüberschreitende Austausch erfolgt dabei vor allem mit einem negativen und kritischen Tenor (Ringrose 2011: 1003). Lim (2009) untersucht die Vernetzung muslimischer Blogs in Iran und Indonesien im Hinblick auf die Entstehung einer deterritorialen Kommunikationssphäre. Ihre Studie zeigt, dass eine transnationale Vernetzung nur im Fall weniger globaler Themen wie beispielsweise der dänischen Mohammed-Cartoons vorkommt und eher getrennte Konversationsnetzwerke mit geringen Überschneidungen die

⁵¹ Nuernbergk (2013) verbindet eine Hyperlinkanalyse mit einer Inhaltsanalyse um die Art der Vernetzung zwischen Blogs in einem nationalen Rahmen zu messen.

⁵² Zu verschiedenen Formen der Laien-Übersetzung in Blogs siehe auch Perez-Gonzalez (2010).

Regel sind (Lim 2009: 178). Bennett, Lang und Segerberg (2015) untersuchen beispielsweise die transnationale Internetvernetzung der *Gegenöffentlichkeit* in Form von sozialen Bewegungen.

Auch *länder- oder sprachraumvergleichende Studien der Vernetzung von Blogs* wurden bereits vereinzelt durchgeführt. Ein Beispiel stellt die Studie zur Verlinkungsstrukturen US-amerikanischer, britischer und deutscher politischer Blogs von Hyun (2012) dar. Er vergleicht die Dichte und Zentralität der Verlinkungen von besonders sichtbaren politischen Blogs in den drei Ländern im Hinblick auf eine dominante Rolle der USA mithilfe einer Inhalts- und Netzwerkanalyse. Die Daten stammen aus dem Jahr 2008. Inhaltsanalytisch wurden neben den Links die politische Ideologie sowie die organisationale Zugehörigkeit des Blogs gemessen. Die Ergebnisse zeigen, dass die nationalen Blogosphären jeweils die verschiedenen politischen Systeme widerspiegeln. Die US-Blogosphäre wird dominiert von konservativ-republikanischen Bloggern sowie von Angeboten, die von einzelnen Bürgern betrieben werden, gefolgt von medienassoziierten Blogs. Die britischen Blogs zeigen sich über das politische Links-Rechts-Spektrum hinweg ideologisch ausgewogener. Auch hier überwiegen Blogs von Einzelbürgern. Im Gegensatz zu den medienassoziierten Blogs in den USA stehen hier aber die Angebote politischer Parteien an zweiter Stelle. In der deutschen Blogosphäre zeigt sich prinzipiell das deutsche Mehrparteiensystem, aber nicht unbedingt proportional zur damaligen Verteilung im Parlament. Die meisten Blogs demonstrieren eine sozialdemokratische Ausrichtung, gefolgt von jeweils gleich vielen liberalen, grünen Blogs. In Bezug auf die organisationale Zugehörigkeit ähnelt die deutsche Blogosphäre der britischen, allerdings steht dem etwas geringeren Anteil Blogs von Einzelbürgern ein größerer Anteil von Parteiblogs gegenüber. Hinsichtlich der Links weisen die US-amerikanischen Blogs mit 0,247 Verlinkungen je Post eine fast doppelt so hohe Anzahl wie die britischen Blogs (0,128) und eine über viermal so große Anzahl wie die deutschen Blogs auf (Hyun 2012: 405-406). Demnach besitzt das US-amerikanische Blognetzwerk die größte Dichte (durchschnittlich 0,128 Kanten je möglichem Knotenpaar), größer als das britische (0,043) oder deutsche (0,012). Über alle drei Ländergruppen hinweg zeigten die Blogs eine deutliche Homophilie-Tendenz in Bezug auf politische Ideologien. Im Vergleich der Dichte der politisch-ideologischen Subgruppen zeigt sich die im US-amerikanischen Zweiparteiensystem besonders stark ausgeprägte Orientierung an ideologisch Gleichgesinnten: „U.S. blogs on average had the highest ratio of linking to their own political group than to others (8.49), German blogs had the lowest ratio (2.83), and again U.K. blogs were in the middle (3.07).“ (Hyun 2012: 407).

Ebenfalls länderübergreifend deuten die Ergebnisse der Studie auf einen hohen Grad an Zentralität in allen drei Blogosphären hin. Das deutsche Blognetzwerk weist mit 0,938 den höchsten Zentralitätswert auf, gefolgt von Großbritannien (0,915) und den USA (0,878). Insgesamt zeigen die deskriptiven Ergebnisse der Studie zur Struktur verschiedener nationaler Blogosphären recht ausgeprägte nationale Besonderheiten der einzelnen politischen Blogosphären und auch vereinzelte ideologische Fragmentierungstendenzen besonders in den beiden englischsprachigen Ländern lassen sich nicht von der Hand weisen (Hyun 2012: 407-409).

Highfield (2011) stellt die Vernetzung in der französischen der in der australischen Blogosphäre gegenüber, zum einen auf der Ebene von Blogroll-Links und zum anderen auf der Ebene von Links in einzelnen Postings. Er vergleicht dabei nicht direkt Netzwerkmaße, sondern beschreibt die Art und journalistische Funktion der Blogs jeweils im Vergleich anhand von verschiedenen Fallbeispielen zu einzelnen relevanten Debatten in den Ländern. Über die drei untersuchten thematischen Debatten hinweg zeigte die französische Blogosphäre eine größere Anzahl beteiligter Blogs und war ideologisch heterogener.

Bennet, Lang und Segerberg (2013) untersuchen „issue publics“ anhand der beiden Themen Klimawandel und Fair Trade in Großbritannien und Deutschland. Mithilfe von Schneeball-Sampling wurden ausgehend von einer recherchierten Liste von Websites relevanter Organisationen zu den beiden Themenbereichen die externen Linkziele erfasst und jeweils ein Themennetzwerk in den beiden Ländern erstellt. Sie nutzen die Netzwerkanalyse hier ausschließlich als Sampling-Methode. Bei den untersuchten Websites handelte es sich nur zum Teil um Blogs. Anschließend wurden verschiedene Aktivitäten für die miteinander vernetzten Websites ermittelt und miteinander verglichen.

Eine Studie von Pfetsch, Maier, Miltner und Waldherr (2016) vergleicht die Verlinkungsnetzwerke von Websites, u. a. auch Blogs, zum Thema Lebensmittelsicherheit in Deutschland, den USA, Großbritannien und der Schweiz. Sie finden allgemein einen Zusammenhang zwischen der Diskursstruktur in Bezug auf die beteiligten Akteure und der gesellschaftlichen Akteursstruktur in dem jeweiligen Land. In Nationen, in denen Bürger und zivilgesellschaftliche Akteure weniger in politische Prozesse eingebunden sind, richtet sich ihre Internetkommunikation eher an Massenmedien zur Verbreitung und Stärkung ihrer Position.

Gerade im Bereich der transnationalen Vernetzung und des Vergleichs von Vernetzung liegen noch unausgeschöpfte Potenziale der transnationalen Blogforschung. Bucher und Büffel (2006: 139) verorten *die Vernetzung*

von Blogs auf drei unterschiedlichen Ebenen: die Verlinkungen zwischen einzelnen Postings auf der untersten Ebene, gefolgt von Verlinkungen über die Blogrolls auf der mittleren und der Aggregation und Visualisierung von Verlinkungshäufigkeiten und -strukturen (z. B. durch Weblogs-Indizes und -Analysetools) auf der obersten Ebene (Highfield 2011: 20).

Durch die zunehmende Verbreitung auch von Bloginhalten über andere Social-Media-Angebote (Dumova 2012; Etling et al. 2010) nimmt zwar die Bedeutung der Vernetzung der Blogs untereinander beispielsweise über Blogrolls ab, aber es ist fraglich, ob das auch für die anderen Bereiche der Blogosphäre gilt. Gerade Experten- oder sehr themenspezifisch ausgerichtete Blogger sind meist weniger an einer großen Reichweite interessiert, als vielmehr daran mit gleichgesinnten anderen Bloggern ins Gespräch zu kommen. Die Vernetzung auf Postingebene dürfte davon weniger betroffen sein, während aufgrund des technischen Fortschritts die Aggregation und Darstellung von Verlinkungsstrukturen detaillierter und einfacher geworden ist.

Zusätzlich zu der reinen Vernetzung der Blogs untereinander muss aber auch *die Vernetzung über Drittangebote* mit in die Betrachtung aufgenommen werden. Häufig bestehen aus Nutzersicht Verbindungen zwischen Blogs durch ihre gemeinsame Verlinkungspraxis auf diegleichen *Aufmerksamkeits-Hubs im Internet*. Zu diesen reichweitenstarken Angeboten zählen meist Internetableger traditioneller Massenmedien und seltener Nur-Internetangebote. Die Ergebnisse von Hale (2012) zeigen zum Beispiel, dass cross-linguale Links aus der spanisch- und japanischsprachigen Blogosphäre vor allem auf überwiegend englischsprachige Medienangebote verweisen. Etling et al. (2010: 1237) ermitteln in ihrer Studie, dass die bevorzugten Linkziele arabischer Blogs vor allem Social-Media-Angebote wie Youtube und die Wikipedia sind, gefolgt von Internetablegern arabischer und internationaler Fernsehesender, wie Al Jazeera, BBCNews und Al Arabyia. Die Verlinkung erfolgt diesbezüglich aber keinesfalls ausschließlich einseitig, sondern umgekehrt verlinken andere Internetangebote auch gern auf Blogs (Ringrose 2011: 983). Einige Internetableger traditioneller Massenmedien wie beispielsweise die Reihe „Lesenswerte Wirtschaftsblogs“ der Süddeutsche Zeitung in Deutschland unterhalten sogar eigene Rubriken, in denen sie regelmäßig die ihrer Meinung nach relevantesten Blogs zu bestimmten Themen vorstellen (Brinkmann 2011).

Neben der Information welche dieser Aufmerksamkeits-Hubs von Blogs auch grenzüberschreitend verlinkt werden, ist von Interesse, wer diejenigen Blogs sind, die nationale, oder sprachraumspezifische Blogosphären miteinander verbinden. Welche Blogger bekleiden entscheidende, zentrale bzw.

äquivalente *Positionen in den Netzwerken*? Was charakterisiert diese Blogger und wie genau stellen sie diese Verbindungen her? Zuckermans (2008) Konzept des Bridgebloggers weist bereits neben cross-nationaler oder cross-kultureller Verlinkung auf *generelle Blogger- und Blogeigenschaften* wie Mehrsprachigkeit hin. Im Rahmen der Studie von Ringrose (2011) erwiesen sich besonders die Inhalte englischsprachiger Blogs von israelischen und libanesischen Autoren, die über nationale Grenzen und internationale Konfliktlinien hinweg komunzierten, wurden von den (westlichen) Massenmedien aufgegriffen. Dies wird vor allem als eine Sensationalisierung grenzüberschreitender Kommunikation durch die massenmediale Berichterstattung interpretiert (Ringrose 2011: 984). Ringrose identifiziert vor allem die Verwendung einer „global language“ und *die Ausrichtung an einer globalen Nutzerschaft* als entscheidende Kennzeichen für Bridgeblogger (Ringrose 2011: 1003). Auch die Studie von Etling und Kollegen (2010) bestätigt die Bedeutung von Mehrsprachigkeit in der arabischen Blogosphäre. Viele Blogger verwenden neben dem Hocharabischen und verschiedenen Dialekten noch Englisch oder Französisch (Etling et al. 2010: 1234).

Es ist kein leichtes Unterfangen aus dem beschriebenen, wenig umfangreichen, aber dafür stark heterogenen Forschungsstand zur transnationalen Blogforschung allgemeine Schlussfolgerungen zu ziehen. Blogs als Format und im Speziellen politische Blogs scheinen sich besonders im Hinblick auf bestimmte Themen und Ereignisse gut für die Herstellung transnationaler Kommunikationsbeziehungen zu eignen. Eine Stärke liegt diesbezüglich vor allem in ihren vielfältigen Möglichkeiten zur Vernetzung, die daher auch im Fokus der Forschung steht. Dennoch zeigen Studien auch unterschiedliche kulturelle Gebrauchsweisen und Anwendungsfelder von Blogs, die berücksichtigt werden müssen.

Sie sind dabei fest eingebunden in den Social-Media-Mix mit anderen Angeboten wie Microblogs oder sozialen Netzwerken. Blogs, dienen hier meist als Content-Anker für ausführlichere Beiträge oder vertiefte Diskussionen, die dann über andere Social-Media-Angebote angeteasert und verbreitet werden. Außerdem stehen Blogs in einem Wechselverhältnis mit Ablegern traditioneller Massenmedien im Internet, deren Inhalte häufig den Anstoß für Diskussionen in der Blogosphäre liefern, aber umgekehrt verweisen Medienangebote im Internet gerade im Zusammenhang mit Expertendiskursen gern auf bestimmte reichweitenstarke Blogs. Insofern können Blogs sich sowohl beständig an transnationalen Diskursen beteiligen als

auch flüchtig (Spezial-)Wissen und Meinungen zu kurzfristigeren Diskussionen beisteuern. Weltweit bilden Blogs somit ein wertvolles Wissens- und Meinungsreservoir.

Aufgrund des geringen und extrem heterogenen Forschungsstands lassen sich hieraus keine allgemeinen Schlussfolgerungen ziehen, außer der Erkenntnis, dass Blogs unter speziellen Bedingungen für spezifische Akteure eine zentrale Rolle im Rahmen transnationaler Diskurse spielen können.

5 Beispieldiskurs: Die globale Wirtschafts- und Finanzkrise (GWFK) als Anlass für transnationale Öffentlichkeit in der Wirtschafts- und Finanzblogosphäre

Da sich transnationale Öffentlichkeit auch im Internet vornehmlich im Rahmen einzelner *Fachöffentlichkeiten* (Grenz/Donges 2018: 397; Kapitel 2) *um einzelne, meist umstrittene Themen zentriert*, wird auch für die Analyse im Rahmen dieser Studie ein entsprechend geeigneter Diskurs ausgewählt. Die globale Wirtschafts- und Finanzkrise (GWFK) eignet sich hierfür aus mehreren Gründen ganz besonders:

Erstens politisierte (polarisiert und großes öffentliches Interesse) die GWFK stark (Pfetsch/Heft 2015: 50; Rauh/Zürn 2014; Trenz 2006; Risse 2015a: 14; 2015b; Roose 2015; Leupold 2016), indem sie *zahlreiche verschiedene Streitfragen* aufwarf, hinsichtlich ihrer Ursachen, dem richtigen Umgang mit ihr und den korrekten Maßnahmen sowie den Verantwortlichen für die Krise und ihre Lösung. Polarisierende Themen und Krisen begünstigen die Transnationalisierung von Öffentlichkeit (Beck 1999: 79; 1986: 48). Die Konflikte im Rahmen der GWFK verliefen dabei auf verschiedenen Ebenen und zwischen ganz unterschiedlichen Parteien. Sie reichten von der Diskussion ganz konkreter politischer Einzelentscheidungen bis hin zu ökonomischen Grundsatzdiskussionen (Geiß 2013a: 157). Dabei standen sich innerhalb von gesellschaftlichen Teilsystemen, allen voran dem Wirtschaftssystem, aber auch innerhalb nationaler Gesellschaften, verschiedene Akteursgruppen gegenüber und rangen um die Deutungs- und Entscheidungshoheit in der Krise.

Zweitens handelte es sich bei der GWFK um *eine Krise einzigartigen globalen Ausmaßes* (Köhler/Weber 2013: 25). Krisen sind wie in Kapitel 2 beschrieben ein weiterer wichtiger Treiber der Transnationalisierung von Öffentlichkeit (Beltrame/Bucchi/Matte 2013; Cottle 2011; Kleinnijenhuis/Schultz/Orgema 2014; Lucht 2010; Tobler 2001: 3; Wessler/Brügge-mann 2012: 68). Das gilt auch für das Internet. In einer durch Globalisierungsprozesse stark und mehrdimensional vernetzten, hochinterdependenten Welt überschreitet ein Großteil der öffentlichen Probleme und Themen den Rahmen einzelner Nationen (Beck, U. 1986: 48; 1999: 79; Bucher 2005: 189; Mau 2010: 100), aber nur wenige große Themen wirken sich tatsächlich global aus. Zu diesen großen und mehr oder weniger langanh-

tenden globalen Streitfragen gehören vor allem militärische und sicherheitspolitische Konflikte oder ökologische und *ökonomische Krisen*⁵³ wie die GWFK (Langenohl/Wetzel 2014: 19). Der ehemalige britische Premierminister Gordon Brown bezeichnete die Finanzkrise ganz offiziell als „the first crisis of globalisation“ (Brown 2010).

Nie zuvor hatten sich die weltweiten Wirtschaftsverflechtungen, insbesondere im Finanzsektor, im Rahmen einer Wirtschaftskrise so deutlich manifestiert. Da *weltweit Menschen von der Krise betroffen* waren, war sie das Topthema in den Mediensystemen vieler Länder. Durch die globalen Verflechtungen und ihre weltweite öffentliche Diskussion erhöhten sich die Chancen auf einen transnationalen Diskurs. Gerade auch in den Streitpunkten überschritten die Konfliktparteien nationale Grenzen und verliefen Konfliktlinien zwischen Ländern. Durch die Krise wurden nationale Öffentlichkeiten gezwungen sich mit anderen Ländern auseinanderzusetzen, sei es zunächst als Orientierungshilfe für den effizientesten Umgang mit der Krise, oder aber um Verantwortlichkeiten zuzuschreiben.

Drittens erwies sich die GWFK nicht als kurzfristiges Modethema, sondern *dominierte über mehrere Jahre den öffentlichen Diskurs vieler Länder* (Krüger 2013: 79; Meijers 2013). Da gewöhnliche Wirtschafts- und Finanzkrisen bereits langanhaltend Gesellschaften beeinflussen, bestimmte die GWFK mit ihren extremen Auswirkungen erst recht die öffentliche Agenda über lange Zeit. Auf diese Weise kann sich ein Diskurs etablieren und Akteurs- und Konfliktparteien formieren. Und auch wenn die Akutphase der Krise seit 2013 beendet ist, wirkt die GWFK bis heute nach (Schieritz 2016; Sommerfeldt/Zschäpitz 2016). Als größtem Schockereignis der zweiten Hälfte der Nullerjahre wird auf die GWFK auch im Jahr 2016 in Wahlkämpfen noch Bezug genommen. Immer noch kämpfen Banken und Finanzinstitute weltweit mit den toxischen Wertpapieren in ihren Bilanzen und Staaten werden noch Jahre benötigen, um die durch die Krise angehäuften

⁵³ Unter einer Wirtschaftskrise wird einerseits die Konjunkturphase der Depression verstanden und andererseits die Phase einer langanhaltenden Störung der wirtschaftlichen Entwicklung (Bundeszentrale für politische Bildung [bpb] 2013a; Plumpe 2013: 9-11). Insgesamt existiert in den Wirtschaftswissenschaften eine Vielzahl unterschiedlicher Modelle und Theorien zu Wirtschaftskrisen, daher verzichten moderne ökonomische Theorien auch oft ganz auf den Krisenbegriff und verwenden stattdessen Begriffe wie Rezession, Abschwung oder Depression für das was in der Öffentlichkeit im Allgemeinen als Wirtschaftskrise bezeichnet wird (Plumpe 2013: 8). Gerade auch die wirtschafts- und sozialpolitischen Reaktionen sind von entscheidender Bedeutung für die Einordnung als Wirtschaftskrise (Plumpe 2013: 11). So hatte beispielsweise die Finanzkrise 2007/2008 größere gesellschaftliche Auswirkungen als das Platzen der Dotcom-Blase, obwohl letztere angeblich größere Vermögenswerte vernichtete (Bernanke 2012).

Schulden wieder abzubauen (European Commission 2015; IWF 2015). Viele Bürger erreichen die Konsequenzen der Krise erst jetzt, mit erheblicher zeitlicher Verzögerung, beispielsweise in Form eines sinkenden Lebensstandards (Heuser 2016: 19).

Viertens zeichnet sich die GWFK als *Wirtschaftsthema* aus. Der Bereich der Wirtschaft gilt je nach Perspektive als Treiber oder *Speerspitze der Globalisierung* (Luhmann 1998: 808; Mau 2010: 11-12, 128). Transnationale gesellschaftliche Verflechtungen sind im Wirtschaftssystem besonders ausgeprägt und fortgeschritten. Sie haben dort, wie im Kontext der GWFK besonders deutlich wurde, eine spezielle Eigendynamik angenommen. Analog zu der transnationalen Ausrichtung des weltweiten Wirtschaftssystems sind auch Wirtschafts- und Finanzpublika traditionell grenzüberschreitend ausgerichtet (Heinderynckx 2015: 3167). Demnach sind Wirtschaftsthemen beliebte Fallbeispiele für Studien zu transnationaler Öffentlichkeit, von denen sich die überwiegende Mehrheit allerdings auf transnationale Massenmedien beschränkt (de Vreese/van der Brug/Hobolt 2012: 230; Koopmans/Erbe/Meyer 2010; Tobler 2001: 3). Einige wenige Ausnahmen beziehen sich aber durchaus auch auf Wirtschaftskommunikation im Internet (Barnett/Sung 2006: 229). Aber auch themenvergleichende Studien zu transnationaler Öffentlichkeit bestätigen die Vorreiterrolle des Wirtschaftsreichs.

Fünftens, brach die GWFK zu einem Zeitpunkt aus, an dem *die Digitalisierung und die Verbreitung des Internets weltweit bereits weit fortgeschritten* sind. Zu keinem Zeitpunkt voriger Krisen ähnlichen Ausmaßes war das Internet weltweit so weit verbreitet gewesen (Rainie/Smith 2009: 11), auch wenn noch lange nicht von gleichberechtigten Bedingungen in allen Weltregionen und Ländern gesprochen werden kann. Daher ist die Annahme berechtigt, dass das Internet im öffentlichen Diskurs zur GWFK eine nicht unerhebliche Rolle gespielt hat. Demnach haben bereits einige Studien in den Sozialwissenschaften und auch der Kommunikationswissenschaft die GWFK als thematischen Aufhänger für die Analyse transnationaler Öffentlichkeit verwendet, bei denen allerdings das Internet, wenn überhaupt, dann allenfalls am Rande berücksichtigt wurde. War das Internet Bestandteil der Analyse, dann lag der Fokus ausschließlich auf den Ablegern traditioneller Massenmedien, womit nur ein Teil der Potenziale der Internetöffentlichkeit ausgeschöpft wird. Außerdem konzentrieren sich bisherige Studien zur transnationalen Öffentlichkeit im Kontext der GWFK jeweils nur auf Teilaspekte der Krise, einige wenige nationale Kontexte (meist westliche Industrieländer oder EU), wenige Mediengattungen (meist Printmedien) oder Teilaspekte öffentlicher Kommunikation (z. B. Framing-Ansatz).

Aufgrund dieser besonderen Eignung wurde die GWFK (bzw. ihre Teilkrisen) bereits in mehreren kommunikations- und politikwissenschaftlichen Studien aufgegriffen: So befasst sich die dritte Projektphase des Bremer DFG-Projekts mit der Eurokrise (Hepp et al. 2013; Hepp et al. 2016) sowie Risse (2015c) und Michailidou, Trenz und de Wilde (2014). Diese drei Studien untersuchen neben anderen Medien auch Internetquellen. Weitere kommunikationswissenschaftliche Studien zur GWFK konzentrieren sich jeweils nur auf Teilaspekte der Krise, einzelne nationale Kontexte oder Mediengattungen (Averbeck-Lietz/Hepp/Venema 2015; Baden/Springer 2014; Boomgarden/van Spanje/Vliegenthart/de Vreese 2011; Kleinnijenhuis/Schultz/Oegema 2014; Quiring/Kepplinger/Weber/Geiß 2013).

Im Folgenden wird die GWFK definiert und ihre verschiedenen Bestandteile und Teilaspekte beschrieben. Außerdem wird ihr Integrations- bzw. Fragmentierungspotenzial für eine transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet herausgearbeitet sowie die Medienberichterstattung in den traditionellen Massenmedien und dem Internet zur GWFK zusammengefasst. Abschließend wird auf die GWFK-Berichterstattung von WiFi-Blogs näher eingegangen als zentralem Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit.

5.1 Die globale Wirtschafts- und Finanzkrise (GWFK): Ein Sammelbegriff

Der *Sammelbegriff GWFK* bezieht sich im Rahmen dieser Arbeit auf *mehrere miteinander verbundene Krisenphänomene* schwerpunktmäßig der Jahre 2007 bis 2013. Aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive müssten diese Krisenphänomene strenggenommen getrennt betrachtet werden (Azis/Mitra/Baluga 2013; Bofinger et al. 2012; Zimmermann 2012), de facto sind sie aber miteinander verbunden und bedingen sich gegenseitig (Neubäumer 2011; Bofinger et al. 2012; Shambaugh 2012; Schuppan 2014: 95-124). In der Wissenschaft und im öffentlichen Diskurs werden die einzelnen Krisenaspekte sowohl getrennt als Subprime-, Immobilien-, Finanz-, Banken-, Wirtschafts-, Staatsschulden- oder Eurokrise behandelt, als auch auf den engen Zusammenhang und die gegenseitige Bedingtheit zwischen ihnen hingewiesen (Bundeszentrale für politische Bildung 2013b, c; Köhler/Weber 2013: 13; Priewe 2010; Schifferes/Knowles 2015: 45-46).

Es lässt sich zunächst eine lose zeitliche Abfolge der Krisenphänomene bestimmen. Gerade mit zunehmendem Verlauf der Krise treten verschiedene Phänomene aber auch parallel auf. Außerdem stecken Wissenschaftler und Journalisten die einzelnen Krisenaspekte nicht gleichermaßen und

trennscharf voneinander ab, sodass davon ausgegangen werden kann, dass sich die GWFK auch für die breite Öffentlichkeit als ein Krisendiskurs darstellt (Priewe 2010; Kleinnijenhuis/Schultz/Oegema 2014). Daher wird in dieser Arbeit der Gesamtdiskurs zu den verschiedenen Krisenbereichen mit dem Überbegriff globaler Wirtschafts- und Finanzkrise (GWFK) beschrieben und untersucht.

Die GWFK wurde nicht nur, intensiv in den Medien diskutiert, sondern hat vor allem in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften einen enormen wissenschaftlichen Forschungsstand inspiriert (Shambaugh 2012: 161; Illing 2013: 9). Dazu gehören auch verschiedene Versuche die einzelnen Ereignisse chronologisch aufzuführen und einzelne Krisenphänomene zu beschreiben und im Verhältnis zueinander einzuordnen. Die *Chronologien* unterscheiden sich aber stark (Kleinnijenhuis/Schultz/Oegema 2014: 12-14).

Für die Definition der GWFK im Rahmen dieser Arbeit ist eine wirtschaftswissenschaftliche Detailtiefe nicht erforderlich, sondern eine Orientierung an *dem gröberen öffentlichen Verständnis der Krise* hilfreicher. Demnach besteht die GWFK aus den folgenden *Teilkrisen*: Eine initiale *Krise*, ausgelöst durch das Platzen einer Blase auf dem *US-amerikanischen Subprimekredit- und Immobilienmarkt* der Jahre 2007 und 2008 entwickelte sich zu einer *Krise auf dem Finanzmarkt*. Die Entwicklungen auf dem Immobilienmarkt betrafen zunächst besonders die Finanzinstitute. Als Schlüsselereignis wird sowohl in der Berichterstattung als auch in wissenschaftlichen Publikationen die Pleite der Investmentbank Lehman Brothers am 15. September 2008 angeführt (Köhler/Weber 2013; Quiring/Kepplinger/Weber/Geiß 2013), wodurch zahlreiche Banken weltweit in massive Schwierigkeiten gerieten und sich gegenseitig und der *Realwirtschaft* kein Geld mehr liehen (Illing 2013: 168).⁵⁴ Regierungen weltweit mussten einschreiten, um den Bankinstituten auszuhelfen und die globale Wirtschaft wieder

⁵⁴ Über die Ursachen für die GWFK und ihre Beziehungen untereinander besteht unter Ökonomen keine Einigkeit. Neben der Niedrigzinspolitik der Fed werden noch die steigenden Einkommensungleichheiten weltweit als makroökonomische Ursache angeführt (Hoffmann/Köhler 2010). Priewe (2010) unterscheidet unmittelbare Ursachen wie das Marktversagen der Finanzinstitute, Finanzmärkte und Ratingagenturen und verschiedene Formen von Staatsversagen (Expansive Geldpolitik der Zentralbanken, Mängel bei der Banken- und Finanzmarktaufsicht, Deregulierung, unkoordinierte Finanzmarktglobalisierung, nationale und supranationale Regulierungslücken) von strukturellen Ursachen wie unzureichende ökonomische Theorien, globale Ungleichgewichte bei Leistungsbilanzen und Kapitalströmen, Finanzgetriebener Kapitalismus und wachsende Ungleichheiten bei der Einkommens- und Vermögensverteilung (Priewe 2010: 93).

anzukurbeln (Rudolph 2010: 18-22). Mit dem Etikett „too big to fail“ wurden sogenannte systemrelevante Banken versehen, durch deren Pleite eine derart große Anzahl Gläubiger betroffen waren, dass dies die Stabilität des nationalen und teilweise auch, durch die starken internationalen Verflechtungen, des internationalen Finanzsystems gefährdet waren. Die Finanzkrise entwickelte sich somit ab Mitte 2007 zunehmend zu einer *Bankenkrise*. Zunächst steckten vorwiegend US-amerikanische Banken in Schwierigkeiten, aber bald zeichneten sich die internationalen Verflechtungen auf dem Finanzmarkt deutlich ab. Das Versprechen hoher Renditen bei scheinbar geringen Risiken auf dem US-amerikanischen Immobilienmarkt hatte auch zahlreiche internationale Investoren angezogen (Köhler/Weber 2013: 17).

In immer mehr Ländern weltweit mussten die Regierungen angeblich systemrelevante Finanzinstitute mit Staatsgeldern vor dem Bankrott retten, um einen Kollaps der nationalen Wirtschaft zu verhindern (Köhler/Weber 2013: 17-18). Dadurch stiegen die Staatsschulden weltweit massiv an und führten zu einer *Staatsschuldenkrise* (Streeck 2010; Köhler/Weber 2013: 22, 25). Von dieser Krise waren besonders die EU und der Euroraum betroffen, da dort die externen Schocks auf eine latente Krise und strukturelle Fehlkonstruktionen der Währungsunion trafen (Schuppan 2014: 95).⁵⁵ Während der Zinssatz für Staatsanleihen für wirtschaftlich starke Länder wie Deutschland und den USA nur marginal stieg, gerieten wirtschaftlich schwächere Länder schnell in eine Art Teufelskreis, der sie bis an die Grenze des Staatsbankrotts führte. Im Fokus dieser *Eurokrise* standen ab 2009 vor allem südeuropäische Länder wie Griechenland und Spanien (Illing 2013: 172). Für die hochverschuldeten Krisenländer (i. d. R. rund 120 Prozent des BIP, Defizitquote von 8 Prozent), denen der Staatsbankrott drohte, wurden oftmals despektierliche Bezeichnungen wie GIIPS, GIPSI oder PIIGS (für Portugal, Irland, Italien, Griechenland und Spanien) gewählt (Schuppan 2014: 107).

Im Verlauf des ersten Halbjahres 2012 verschärfte sich die Eurokrise weiter und erreichte im Sommer des Jahres seinen Höhepunkt (Shambaugh 2012: 170; Zapf-Schramm 2013: 174). Das Fortbestehen der Eurozone und auch der EU stand auf dem Spiel. Diskutiert wurden ein Auseinanderbre-

⁵⁵ Ausführliche Chroniken der wirtschaftlichen Krisenereignisse von 2007 bis 2009 bzw. 2012 finden sich bei Elschen/Lieven (2009: 367-377) oder Illing (2013: 167-172). Auch in den Massenmedien wurden zahlreiche Chroniken der Ereignisse abgedruckt (z. B. Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung 2013: 20-21; Hoffmann/Schäfer 2013: 22-23).

chen der Eurozone, der freiwillige oder erzwungene Austritt einzelner Eurostaaten (z. B. Grexit), die Aufteilung in einen stabilen Nordeuro und einen abgewerteten Südeuro, aber auch eine nachträgliche verstärkte Integration der Eurozone. Die Debatten kreisten im Kern immer um die Frage nach solidarischen Lösungen und der Mitverantwortung wirtschaftlich starker europäischer Länder versus nationale Verantwortung, Strukturreformen und Wettbewerbsfähigkeit. Die Eurokrise reicht weit in politische und gesellschaftliche hinein (Risse 2015a: 1; 25).

Infolgedessen kam es zu einer globalen Rezession (*Wirtschaftskrise*), mit starken Einbrüchen der weltweiten Produktion und des Konsums (OECD 2016). Durch die international stark vernetzten Handelsbeziehungen und Märkte waren von dieser Rezession nun auch Länder betroffen, deren Finanz- oder Bankensystem nicht primär in die Finanzkrise involviert gewesen waren. Das betraf vor allem asiatische und mittel- und südamerikanische Schwellenländer, wie China oder Mexiko (Azis/Mitra/Baluga 2013). Der geringe Anschluss vieler afrikanischer Länder an den Weltmarkt stellte sich hier als Vorteil heraus und verhinderte eine starke Betroffenheit dieser Länder.

Es wurde deutlich, dass die sich weltweit ausbreitende Krise *konzertierte, länderübergreifende Maßnahmen* erforderte. Die Zentralbanken reagierten auf den Übergang der Krise auf die Realwirtschaft durch ein synchrones, starkes Senken der Leitzinsen bis nah an die Null-Prozentmarke. Durch ihre extreme Niedrigzinspolitik konnten sie zwar den Interbankenmarkt stabilisieren, nicht aber den Kreditfluss für die Realwirtschaft wiederbeleben (Köhler/Weber 2013: 19). Insgesamt bestand die Gefahr einer mehrjährigen Weltwirtschaftskrise mit gravierenden Auswirkungen⁵⁶ auf die Gesellschaft wie Arbeitslosigkeit und massiven Produktions- und Einkommenseinbußen (Köhler/Weber 2013: 19). Die Regierungen waren somit weltweit zum Eingreifen gezwungen. Mehr oder weniger ad-hoc organisierte Rettungsaktionen (Bail-Outs) für einzelne Finanzinstitute reichten bald nicht mehr aus. Zu den Maßnahmen, mit denen Staaten weltweit versuchten der GWFK

⁵⁶ Verschiedene Schätzungen variieren stark hinsichtlich ihrer Einschätzung der Kosten der GWFK für die Weltwirtschaft: Bernanke (2012: 4) schätzt, dass durch die Finanzkrise Vermögenswerte im Umfang von 7 Billionen US-Dollar vernichtet wurden. Schuppan (2014: 85, 96) beziffert die Verluste allein des europäischen Bankensystems auf 380 Milliarden US-Dollar. Weltweit verloren die Banken laut dieser Quelle 1 Billionen US-Dollar. Weitere Schätzungen finden sich in einem Sonderartikel der Wirtschaftswoche (2013b).

Herr zu werden, gehörten Garantieerklärungen für Spareinlagen, die Verabschiedung von Gesetzen, die die staatliche Hilfe für strauchelnde Banken gewährleisteten, die Gründung von staatlichen Rettungsfonds (sogenannten Rettungsschirmen), die Verstaatlichung von Banken, die Schaffung der Möglichkeit der Auslagerung toxischer Wertpapiere in staatlich abgesicherte „Bad Banks“⁵⁷, die Ausweitung der Kompetenzen der Aufsichtsbehörden, die Erhöhung der Auflagen für Eigenkapitalreserven der Banken, die Flexibilisierung des Arbeitsmarktes und die Verabschiedung von Konjunkturpaketen (Köhler/Weber 2013: 20-22).

In Bezug auf das *Ausmaß und die Intensität an staatlichen Eingriffen* wurden „die Grenzen des Üblichen“ (Quiring 2013) weit überschritten. Das globale Ausmaß der Krise sorgte auch für die Neugründung bzw. Umwidmung politischer Institutionen wie den G20, einem Forum der Regierungschefs, der Finanzminister und Zentralbanker von neunzehn der einflussreichsten Volkswirtschaften der Welt (Industrie- und Schwellenländer erstmals gleichberechtigt) sowie der EU, als eine Art Weltwirtschaftsrat oder dem Financial Stability Board (FSB). Zumindest im wirtschaftlichen Kontext wurde hier das Vakuum *transnationaler Regierungsstrukturen* hemdsärmelig versucht zu füllen, wobei die demokratische Legitimierung oftmals aus Zeitdruck missachtet wurde.

Der nun als Mitverursacher der Krise erachteten Liberalisierung des Finanzmarktes wurden *zahlreiche staatliche Regulierungsmaßnahmen* entgegengesetzt. Die Angemessenheit und Wirksamkeit dieser Maßnahmen waren und sind umstritten (Quiring 2013: 33; Shambaugh 2012: 161). Trotz der guten Absichten wurden viele der Praktiken auf den Finanzmärkten, die maßgeblich zur Krise beigetragen hatten, letztendlich nicht abgeschafft (Mast 2012: 36).

Ein wichtiges Thema in der Öffentlichkeit war die Frage, ob man die Krise(n) nicht hätte vorhersehen können und müssen. Für die große Mehrheit kam der Zusammenbruch des US-Immobilien- und Kreditmarktes überraschend, auch wenn einzelne Personen wie beispielsweise der Hedgefondsmanager Michael Burry die Krise bereits seit 2005 voraussahen und sogar auf ihr Eintreten spekulierten (Lewis 2010; Zuckermann 2009). Bei diesen „*Propheten*“ handelt es sich aber um Einzelfälle, die nur wenig Gehör in öffentlichen Diskursen fanden.

⁵⁷ Bei Bad Banks handelt es sich um Finanzinstitute, die einzig zu dem Zweck gegründet werden, notleidende Kredite und toxische Wertpapiere zu sammeln und abzuwickeln (Köhler/Weber 2013: 21).

Insgesamt *mobilisierte* die GWFK die *Zivilgesellschaft* und führte weltweit zu zahlreichen Demonstrationen und Unruhen sowie zu einer Destabilisierung westlicher Demokratien und der Abwahl von Regierungen (Schiffes/Knowles 2015: 51-52; Trenz 2006). Neben dem Engagement der klassischen Arbeiter- und Gewerkschaftsbewegung und in diesem Feld tätigen NGOs sind neue nationale und transnationale soziale Bewegungen und zivilgesellschaftliche Initiativen entstanden, wie die Bewegung *Movimiento 15-M/Indignados* in Spanien ab Mai 2011 oder die weltweite *Occupy-Wall-Street-Bewegung* (*Occupy*) ab September 2011.⁵⁸

5.2 Integration oder Fragmentierung im Rahmen der globalen Wirtschafts- und Finanzkrise (GWFK)

Die GWFK schaffte den Rahmen, *sowohl für gesellschaftliche und transnationale Integration* als auch die gegensätzliche Entwicklung einer *gesellschaftlichen und transnationalen Fragmentierung von prinzipiell globalem Ausmaß* (Heinderynckx 2015: 3170; Pfetsch/Heft 2015: 52; Rauh/Zürn 2014; Risse 2015a: 14). Die weltweiten wirtschaftlichen Verflechtungen und Abhängigkeiten zeigten sich deutlich. Innerhalb einzelner Länder kam es in diesem Zusammenhang zu *einer Repolitisierung des Wirtschaftssystems*. Wirtschaftliche und politische Eliten wurden im Verlauf der GWFK an ihre gesellschaftliche Verpflichtung erinnert. In Form von sozialen Bewegungen und Demonstrationen formierte sich eine lautstarke *Gegenöffentlichkeit*. Ihre Forderungen waren dabei vielfältig, wenig homogen und gezielt. Sie richten sich abwechselnd gegen generelle Globalisierungsprozesse, den (finanzmarktgetriebenen) Kapitalismus, die Liberalisierung der Wirtschaft, die teilweise erzwungene Austeritätspolitik und allgemein die Finanzierung des Versagens wirtschaftlicher und politischer Eliten auf Kosten der Staatsbürger. Insgesamt waren breite Bevölkerungsschichten von der Krise betroffen und nahmen Anteil an dem Diskurs zur GWFK, auch wenn die Solidarität dabei unterschiedlich ausgeprägt war.

⁵⁸ Bestehende Aktivistengruppen wie beispielsweise die Hackergruppe *Anonymous* unterstützen die *Occupy-Bewegung*. Andere soziale Bewegungen mit wirtschaftlichen Forderungen wie *Attac* (z. B. einer *Tobin-Steuer* auf internationale Finanztransaktionen) assoziierten sich bis zu einem gewissen Grad mit den im Umfeld der Krise entstandenen Protestbewegungen. Daneben entstanden viele kleinere Gruppen wie beispielsweise *LaRouchepac* in den USA, die dauerhaft gegen die *Wall Street* protestieren (*Wirtschaftswoche* 2013c: 85). Bei der Mehrheit dieser sozialen Bewegungen und Protestgruppen vermischt sich die Kritik an der Wirtschaft und den Finanzmärkten mit einer generellen Globalisierungskritik.

Einerseits erforderte eine Krise derartigen globalen Ausmaßes *eine gemeinsame solidarische Auseinandersetzung der internationalen Staatengemeinschaft*. Gerade während der Hochphase der Wirtschafts- und Finanzkrise und in der Eurokrise wurden entsprechende politische Entscheidungen getroffen und koordinierte Maßnahmen beschlossen. Internationale und supranationale Foren und Institutionen wie die G20 und die EZB gewannen hierdurch an neuer Bedeutung und Einfluss als transnationale Entscheidungsgremien, mit teilweise fraglicher demokratischer Legitimierung. Innen- und Außenpolitik konvergierten in den Krisenjahren auf neuartige Weise (Risse 2015a: 2). Andererseits zeigte sich im Kontext der GWFK auch *die Komplexität und teilweise Unzulänglichkeiten transnationaler Governance-Strukturen*. Ein globales Problem wie die GWFK hätte vielfach transnationale Institutionen erfordert, die in der Form nicht existieren. Hinzu kam, dass die Politik der Globalisierung der Wirtschaft und des Finanzmarktes hinterherhinkt (Shambaugh 2012: 163). Die Wirtschaftspolitik und -aufsicht ist überwiegend national organisiert. Außerdem entscheiden in vielen internationalen Gremien und Institutionen zahlreiche Akteure vorrangig als Vertreter ihrer jeweiligen Nation.

In diesem Zusammenhang muss auch berücksichtigt werden, dass die Krisenphänomene in den einzelnen Ländern jeweils auf unterschiedlich günstige wirtschaftliche Bedingungen trafen und *die Krise somit jeweils spezifische nationale Ausprägungen aufwies*. Die Finanz- und Bankenkrise betraf vor allem westliche Industrieländer, während die Krise der Realwirtschaft globale Ausmaße annahm und sich auch auf Schwellen- und Entwicklungsländer erstreckte (Köhler/Weber 2013: 19). Die Staatsschuldenkrise betrifft in erster Linie Industrienationen und einige Schwellenländer, allen voran die Eurozone (Azis/Mitra/Baluga 2013). Zusätzlich zu der US-amerikanischen Immobilienblase, die zum Ausbruch der Krise führte, kämpften andere Länder wie Großbritannien, Irland und Spanien mit eigenen Immobilienblasen (Shambaugh 2012: 161; Döhrn 2014). Außerdem herrschen in den Ländern unterschiedliche Überzeugungen hinsichtlich wirtschaftspolitischer Ansätze vor. Während die liberalen, angelsächsischen Länder eine keynesianische Herangehensweise bevorzugen, dominieren in Deutschland und anderen europäischen Nationen neoklassische und ordoliberalen Ansätze.

So kam es im Verlauf der GWFK neben *gemeinsamen Beschlüssen* auch zu *einem Ringen der Länder untereinander* um die Schuldigen, den richtigen Umgang mit der Krise und die geeigneten Maßnahmen, die Verantwortlichen für ihre Lösung und die Umverteilung von Mitteln. Die *Konfliktlinien* verliefen dabei auf den unterschiedlichen Ebenen zwischen Industrie- oder

Schwellen- und Entwicklungsländern, Überschuss- und Defizitländern, liberalen und ordoliberalen Wirtschaftspolitiken, schwerpunktmäßig finanzmarkt- oder realwirtschaftlich orientierten Ländern, Nord- und Südeuropäern sowie Geber- und Nehmerländern in der EU (Arrese 2015: 93-98; de Wilde/Michailidou/Trenz 2013: 202-203; Priewe 2010: 95; Schifferes/Roberts 2015: xvii; Zimmermann 2012: 104).

Im Kontext der GWFK kam es also zu einem ständigen Ringen zwischen transnationaler Solidarität und einem Zusammenwachsen der internationalen Staatengemeinschaft (systemintegrierend) und nationalem Egoismus und einer Fragmentierung der Weltgesellschaft (systemdesintegrierend). Somit stellt die Krise weder einen easy noch einen hard case für transnationale Öffentlichkeit dar, schafft aber *als „crucial case“* (Wessler/Brügge- mann 2012: 35), ideale Bedingungen für die sozialwissenschaftliche Analyse *transnationaler Öffentlichkeit*. Gerade in einer solchen Dauer-Ausnahmesituation mit aktuellem Handlungsbedarf, ist ein gemeinsamer transnationaler Diskurs von elementarer Bedeutung und das Interesse an seinem Zustandekommen immens, aber auch niemals sonst ist eine transnationale Diskussion derart gefährdet in nationalen Diskursen und Perspektiven zu verharren.

5.3 Die Medienberichterstattung zur globalen Wirtschafts- und Finanzkrise (GWFK)

Als Ereignis von globalem Ausmaß erzeugte die GWFK Berichterstattung in den verschiedensten Medien weltweit. Es handelt sich bei der GWFK also um *ein Weltereignis* (Cottle 2011; Stichweh 2008). Die Pleite der Investmentbank Lehman Brothers im Jahr 2008 war das Schlüsselereignis für die intensive globale Medienaufmerksamkeit (Köhler/Weber 2013: 24). Danach stieg das öffentliche Interesse an Informationen über die Krise sprunghaft an und sorgte für eine Transnationale Öffentlichkeit, die über Jahre Bestand hatte (Imhof 2010).⁵⁹ Die Berichterstattung über die GWFK

⁵⁹ Für eine ausführlichere Diskussion des Zusammenhanges zwischen Wirtschaft und Öffentlichkeit siehe Kädler (2014: 178-180), Langenohl (2009), Langenohl und Wetzel (2014: 12-15) und Schranz und Eisenegger (2014). Imhof (2010) erklärt, wie das Versagen zur Selbstregulation des Wirtschaftssystems im Kontext der GWFK mit dem neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit im Rahmen neoliberaler Wirtschafts- und Gesellschaftsmodelle ineinandergreift.

fürte den Wirtschaftsjournalismus zumindest vorübergehend aus seiner Nische heraus in das Zentrum der Aufmerksamkeit (Kädtler 2014: 175-178; Langenohl/Wetzel 2014: 19), wobei die Berichterstattung über die Krise den Rahmen der klassischen Wirtschaftsberichterstattung bei weitem überstieg (Krüger 2013: 65; Mast 2012: 16).

Der Bereich des *Wirtschaftsjournalismus* ist schwer abzugrenzen, liegt er doch an der Schnittstelle verschiedener Gesellschaftsbereiche.⁶⁰ Unter Wirtschaftsjournalismus verstehen Heinrich und Moss (2006: 10) „die aktuelle Berichterstattung über Menschen, Unternehmen, Institutionen und Organisationen der Wirtschaft, über Märkte und Bereiche der Wirtschaft, über Branchen, Sektoren und Industrien, sie umfasst die Berichterstattung über Volkswirtschaften und Probleme der Weltwirtschaft sowie die Berichterstattung über ökonomische Funktionen und Rollen der Menschen etwa als Arbeiter, Unternehmer, Sparer, Konsument oder Steuerzahler“. Mast (2012: 31) fasst darunter denjenigen „Bereich des Journalismus, der speziell Wirtschaftsthemen bearbeitet – oder auch ‚herstellt‘“. Dabei weist sie auf die besondere Vielfalt von Wirtschaftsthemen hin, die von konkreten Einzelereignissen rund um Unternehmen und Analysen einzelner Märkte über Wirtschafts- und Finanzpolitik bis zu gesellschaftlichen, aber wirtschaftlich bedeutsamen Prozessen reichen können (Mast 2012: 29; Mast/Spachmann 2014: 254-255).

Ein Wirtschaftsjournalismus mit einheitlichen Anforderungen und Standards existiert nicht, dafür handelt es sich bei dem Bereich Wirtschaft zu sehr um eine Querschnittsthema innerhalb von Gesellschaften (Moss 2009a: 149). Laut Mast (2012) kann er *über drei Dimensionen definiert* werden, den *Gegenstand der Berichterstattung*, *formale Merkmale* und seine *Funktionen*. Den Gegenstand des Wirtschaftsjournalismus stellen dabei das Wirtschaftssystem und wirtschaftliche Aspekte anderer gesellschaftlicher Teilsysteme dar. Dazu gehören auch Themen und Ereignisse, die sich auf den Aspekt des Geldes beziehen, aber außerhalb der Wirtschaft liegen (Heinrich 1989: 284). Über formale Merkmale definiert ist damit der

⁶⁰ Paradoxerweise gehört die Wirtschaftsberichterstattung trotz ihrer großen und zunehmenden Bedeutung für die Gesellschaft und insbesondere im Vergleich zur Berichterstattung über Politik zu den eher wenig erforschten Bereichen der Kommunikationswissenschaft (Mast 2012: 54; Wildman 2008). Dieses Forschungsdesiderat betrifft sowohl die Kommunikator- und Medieninhaltsperspektive, als auch die Nutzung und Wirkung. Nur wenige Studien erforschen die Kommunikator- und Inhaltsaspekte (Dogruel/Reineck/Beck 2010; Spachmann 2005). Noch seltener sind Wirkungsstudien z. B. der Auswirkungen der Aktien- und Börsenberichterstattung auf Umsätze und Kurse an den Börsen (Scheufele/Haas 2008; Scheufele/Haas/Brosius 2011).

Bereich des Journalismus gemeint, der im Rahmen von Wirtschaftsressorts universeller Medien oder innerhalb von Wirtschaftsmedien produziert und veröffentlicht wird (Spachmann 2005: 151-153; Mast 2012: 80). Funktionen erbringt der Wirtschaftsjournalismus sowohl für das Wirtschaftssystem als auch für die Öffentlichkeit (Mast 2012: 539). Er vermittelt der Gesellschaft wirtschaftlich relevantes Wissen, er warnt vor Fehlentwicklungen, kontrolliert die wirtschaftlichen Entscheidungsträger und berät Verbraucher und Bürger bei wirtschaftlichen Entscheidungen. Darüber hinaus liefert er dem Wirtschaftssystem Informationen über die Stimmung in der Bevölkerung, schafft Markttransparenz und unterstützt allgemein den Informationsfluss des Wirtschaftssystems (Brandl 2004: 248-249; Kepplinger/Ehmig 2005).

Eine der *Besonderheiten des Wirtschaftsjournalismus* stellt die *Reflexivität von Märkten* dar. Die journalistische Berichterstattung kann unter Umständen Marktentwicklungen beeinflussen (Moss 2009a: 152; Schmidt-Beck 2014: 150-153; Tambini 2015: 124-125; Thompson 2015: 177).⁶¹ Das gilt insbesondere auch für die GWFK (Boomgarden/van Spanje/Vliegert/hart/de Vreese 2011). Doch die größte Herausforderung des Wirtschaftsjournalismus liegt in der generell *zweigeteilten Bezugsgruppe* (Mast 2012: 29; Mast/Spachmann 2014: 254). Er muss also einerseits eine öffentliche *Aufgabe für die Gesamtgesellschaft* erfüllen und andererseits eine *marktöffentliche für die Wirtschaft*. Durch potenziell unterschiedliche Ziele und Entscheidungsmechanismen der beiden Bezugsgruppen, konfliktieren die beiden Aufgaben häufig miteinander (Mast 2012: 59-74). Im Ergebnis ist der Wirtschaftsjournalismus äußerst facettenreich.

Verschiedene Formen des Wirtschaftsjournalismus ergeben sich dabei aus unterschiedlichen In- und Output-Orientierungen (Mast 2012: 80-83). Ein *wirtschaftlicher Fachjournalismus* berichtet ausschließlich über Themen und Ereignisse aus und für das Wirtschaftssystem. *General-Interest-Berichterstattung* findet dagegen dann statt, wenn ökonomische Inhalte für ein Laienpublikum aufbereitet werden, während sich *Special-Interest-Journalismus* mit allgemein gesellschaftlichen Inhalten an ein wirtschaftliches Fachpublikum wendet. Darüber hinaus kommt es noch zu *verschiedenen unspezifischen Zugängen zu wirtschaftlichen Inhalten*, wenn beispielsweise andere Ressorts Wirtschaftsthemen aufgreifen.

In den beiden Jahrzehnten *vor Ausbruch der GWFK* hatte der Wirtschaftsjournalismus immer mehr seiner marktöffentlichen Aufgabe den

⁶¹ Verschiedene Manipulationsmöglichkeiten des Marktes, unter anderem durch Journalisten, wie Insiderhandel oder Scalping sind sogar gesetzlich oder zumindest berufsethisch verboten (Moss 2009b 138-140).

Vorrang vor seiner öffentlichen Aufgabe gegeben und dadurch mit zu dem Entstehen der Krise beigetragen. Die *Ursachen* hierfür sind vielfältig. Als *strukturelle Gründe* können die steigende Komplexität der Wirtschaft und insbesondere des Finanzmarktes und der Ressourcenabbau durch zunehmenden wirtschaftlichen Druck auf die Wirtschaftsmedien angeführt werden (Langenohl 2009; Mast/Spachmann 2014: 256).⁶² *Professionelle Gründe* sind die unzureichende Ausbildung von Wirtschaftsjournalisten und die fehlende Distanz zu ihrem Berichterstattungsgegenstand (Moss 2009a: 151, 2009b; Manning 2013; Schmidt-Beck 2014: 164; Tambini 2010). Die *Folgen* waren einerseits eine *Ausdifferenzierung der Medienangebote*, insbesondere der Finanzmarktberichterstattung (Spachmann 2005: 192; Schranz/Eisenegger 2014: 231-235; Wilke 2009: 490), und andererseits eine *hohe Nutzwertorientierung, Emotionalisierung und Personalisierung* der Wirtschaftsberichterstattung (Moss 2009a: 151; Mast 2012: 33), bei gleichzeitig steigender Unsicherheit und *einem wachsenden Orientierungsbedürfnis aufseiten des Publikums* (Dörsam/Hohlfeld 2008: 97; Schifferes 2015: 157).

Strategische Kommunikation spielt im Wirtschaftsjournalismus ebenfalls eine zunehmend wichtige Rolle (Stiglitz 2015; Tambini 2010: 131-133). Begleitet werden diese Entwicklungen von einem schleichenden *Vertrauensverlust der Bevölkerung westlicher Demokratien in gesellschaftliche Institutionen*, unter anderem auch in den Journalismus (European Commission 2013b; Imhof 2010: 292-295; Mast 2012: 43; PEW 2011; Schifferes 2015: 153-161). Schon im Vorfeld der Krise wurde der Wirtschaftsjournalismus kritisiert. *Hauptkritikpunkte* waren ein zu starker Fokus auf tagesaktuelle Berichterstattung auf Kosten langfristiger Analysen, eine zu starke ex-post Berichterstattung von Ereignissen, eine zu starke Ansprache eines wirtschaftlichen Fachpublikums, die mangelnde Expertise über ihren Berichterstattungsgegenstand und eine zu starke Emotionalisierung und Personalisierung (Roush 2015: 18, 21-22; Schiffrin 2015).

Die grundsätzlichen Herausforderungen und Entwicklungsprozesse unterscheiden sich im *Ländervergleich* allenfalls geringfügig (Bromley 2015; Clark/Thrift/Tickell 2004; Eisenegger 2014: 231-238; Kjaer/Slaatta 2007; Roush 2011; Schranz/Eisenegger 2014). Die Wirtschaftsmedienlandschaft

⁶² Für eine ausführliche Diskussion der Entwicklungen und Veränderungen des Wirtschaftssystems im Allgemeinen und des Finanzmarktes im Speziellen sowie der Konsequenzen dieser Prozesse für das Mediensystem siehe Kädtler (2014) und Mast (2012: 33-46). Interessant sind an dieser Stelle auch die Überlegungen von Schimank (2011) zur Hyperkomplexität des Finanzmarkts und seinen Auswirkungen auf Gesellschaften.

variiert dagegen stark, in Abhängigkeit vom jeweiligen Medien- und Wirtschaftssystem (Tambini 2015: 135). In den angelsächsischen Ländern ist der Wirtschafts- und insbesondere der Finanzmarktjournalismus besonders gut entwickelt und dient oft auch transnational als Orientierungspunkt und Meinungsführer. Eine entscheidende Rolle spielt auch der Markt, der auf Wirtschaft spezialisierten Nachrichtenagenturen, die ebenfalls von angelsächsischen Ländern dominiert werden (Schulz 2009: 371-372). In Ländern wie Spanien haben sich dagegen erst seit der zweiten Hälfte der 1980er Jahre Wirtschaftsmedien ausgebildet (Schifferes/Roberts 2015: xvii-xviii).

Neben mediensystemischen Eigenschaften, spiegelt der Wirtschaftsjournalismus auch die Schwerpunkte des Wirtschaftssystems in den einzelnen Ländern wider. In den USA und Großbritannien, mit ihren finanzwirtschaftlichen Zentren, konzentrieren sich auch die Wirtschaftsmedien auf diesen Sektor. In Deutschland, einem Überschussland mit starken Unternehmen, fokussiert der Wirtschaftsjournalismus dagegen stärker auf die Realwirtschaft. Die wirtschaftssystemische Orientierung gilt aber in erster Linie der Kapitalperspektive und weniger dem Arbeitsmarkt und den tatsächlichen Beschäftigtenzahlen (Mast 2012: 78).

Nach Ausbruch der GWFK zeigte sich erst recht das problematische Ausmaß der Entwicklungen im Wirtschaftsjournalismus der vorangegangenen Jahrzehnte und die Kritik an der Wirtschaftsberichterstattung verschärfte sich massiv (Roose 2015; Schranz/Eisenegger 2014: 235, 238). Die Berichterstattungsintensität stieg nach der Pleite von Lehman Brothers sprunghaft an und blieb über Jahre auf einem hohen Niveau (Krüger 2013: 77; Zapf-Schramm 2013). Hatten es Wirtschaftsjournalisten zuvor schwer, Interesse für komplexe wirtschaftliche Zusammenhänge zu wecken und diese einem breiten Publikum verständlich zu vermitteln, kehrte sich die Situation nun um (Schifferes 2015: 157). Die von der Krise überwiegend überraschten Bürger und teilweise auch die Politik hatten in dieser unsicheren Lage ein großes Informations- und Orientierungsbedürfnis, das sowohl von traditionellen Medien als auch zunehmend von Internetmedien bedient wurde.

In den folgenden Kapiteln soll der Forschungsstand zur Berichterstattung über die GWFK aufgearbeitet werden. Zu diesem Zweck wird theoretisch-analytisch zwischen traditionellen Medien und dem Internet getrennt, obwohl es sich praktisch natürlich um verschränkte Bereiche und zu einem großen Teil um die gleichen Medienmarken handelt. Ein spezieller Fokus liegt abschließend erneut auf den WiFi-Blogs und ihrer Rolle im Rahmen der Berichterstattung zur GWFK, da sie den Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit bilden.

5.3.1 Die traditionelle Medienberichterstattung zur GWFK

Einige sozialwissenschaftliche Studien haben sich mit der Berichterstattung der traditionellen Massenmedien zur GWFK beschäftigt, variieren aber stark hinsichtlich der untersuchten Fragestellungen, Krisenphasen, nationalen Kontexte, Mediengattungen und der methodischen Konzeption und dem qualitativen Anspruch (Arrese 2015: 89). Ein Großteil der empirischen Arbeiten bewegt sich auf einem wissenschaftlich eher oberflächlichen und unsystematischen Niveau. Daher müssen übergreifende Schlussfolgerungen mit Vorsicht gezogen werden.

Allgemein muss der Forschungsstand hinsichtlich seines Untersuchungsgegenstands unterteilt werden in Studien zur Rolle der Medien vor Ausbruch der Krise und Studien zur Berichterstattung im Verlauf der Krise, auch wenn diese Trennung in der wissenschaftlichen Literatur nicht immer streng beibehalten wird. Die Studien lassen sich grob in drei, für diese Arbeit relevante Bereiche mit steigender Komplexität unterteilen: Erstens wurden die *Inhalte der Berichterstattung* der klassischen Medien rein *deskriptiv* beschrieben (1) hinsichtlich der genannten Akteure und Themenaspekte. Zweitens wurden die Medieninhalte anhand des *Framing-Ansatzes* untersucht (2) und drittens kam es vereinzelt auch zu Forschungsprojekten die *transnationale Öffentlichkeit* (3) in den Fokus ihrer Analyse rückten.

Die meisten Studien beschreiben die Medieninhalte, insbesondere die Thematisierung und die genannten Akteure, lediglich *deskriptiv* (1). Hinsichtlich der genannten Akteure bestätigen die Studien den *Personalisierungstrend* aus dem Vorfeld der Krise. Auch die komplexen Zusammenhänge während der Krise ließen sich offenbar einfacher anhand einzelner Personen darstellen. Dabei zeigte sich einerseits ein *Elitenfokus* auf politische Akteure, allen voran *Staats- und Regierungschefs*, deren Umgang mit der Krise intensiv beobachtet und denen die Verantwortung für die Lösung der Krise zugeschrieben wurde, und andererseits wurden *Banker und Aktienhändler* als Hauptschuldige an der Krise dämonisiert. Die übertriebene Lobhudelei von Finanzmarktakteuren im Vorfeld der Krise schlug nun in das gegenteilige Extrem um.

Schranz und Eisenegger (2014: 239-241) zeigen beispielsweise, dass sich von 2007 bis 2013 in den Schweizer Leitmedien ein Großteil der Aufmerksamkeit auf Unternehmen der Finanzindustrie konzentriert, diese allerdings in dem Zeitraum erheblich an Reputation verlieren. Vor allem globale Großbanken werden zunehmend negativ in den Medien dargestellt. Quiring und Weber (2013a) finden außerdem heraus, dass in deutschen Tageszeitungen und Rundfunknachrichtensendungen im Rahmen der Debatte um

staatliche Interventionen in der GWFK überwiegend wirtschaftliche Akteure als Geschädigte der Krise dargestellt werden. Die Verantwortung für die Lösung der Krise wird aber ausschließlich politischen Akteuren zugeschrieben. Ähnliche Ergebnisse berichtet Schiffrin (2015) für die Diskussion um Konjunkturpakete in den USA. Am häufigsten zitieren die US-Zeitungen und Nachrichtenagenturen Regierungsmitglieder, gefolgt von Pressesprechern großer Konzerne und Akteuren der Finanzwirtschaft. Auch in der irischen Radioberichterstattung stehen vor allem Unternehmen im Vordergrund (Rafter 2014).

Innerhalb der bevorzugten politischen und ökonomischen Eliten stand wiederum jeweils nur *eine kleine Gruppe von Akteuren im Zentrum* der Aufmerksamkeit. In den deutschen Fernsehnachrichten dominierten beispielsweise in den Jahren 2009 bis 2012 einige wenige Politiker, darunter mit überwältigender Mehrheit die Bundeskanzlerin Angela Merkel und der Finanzminister Wolfgang Schäuble, den medialen Diskurs. Andere deutsche Politiker, selbst der Wirtschafts- und der Außenminister, werden erheblich seltener zitiert (Zapf-Schramm 2013: 172). Hier zeigt sich ein deutlicher Amtsinhaberbonus in der medialen Berücksichtigung (Krüger 2013: 88). Wissenschaftliche Akteure spielten vor allem in den akuten Phasen der Krise nur eine geringe Rolle im öffentlichen medialen Diskurs zur GWFK (Schiffrin 2015; Stiglitz 2015: 147). Dieser Befund überrascht, vor allem aufgrund der allgemein großen Unsicherheit und des gestiegenen Informationsbedarfs über den richtigen Umgang mit der Krise.

Viele Medien verfolgten darüber hinaus klare *Personalisierungsstrategien* (Starkman 2015). Die Konzentration auf „gierige Banker“ bzw. „Bankster“ (z. B. Wirtschaftswoche 2013a: 88) vereinfachte es den Journalisten vielfach die komplexen Ursachen für die GWFK zu vermitteln. Sie birgt aber auch die Gefahr der Simplifizierung und der Verhinderung detaillierter Analysen und konstruktiver Debatten. Allgemein spielen moralische Aspekte rund um die sogenannte „Abzockerdebatte im neoliberalen Gesellschaftsmodell“ (Imhof 2010: 287) im Kontext der Krisenberichterstattung eine wichtige Rolle. Der Wirtschaft und ihren Akteuren, allen voran den finanzwirtschaftlichen Akteuren, wurde Gier und Rücksichtslosigkeit gegenüber der Gesellschaft vorgeworfen. Eine zwar nicht gänzlich neue Perspektive (Langenohl/Wetzel 2014: 15-17; Moss 2009b: 141-143), aber während der GWFK deutet sie darauf hin, dass die öffentliche im Gegensatz zur marktöffentlichen Aufgabe des Wirtschaftsjournalismus wieder stärker in den Vordergrund rückt. Die Wirtschaft soll dadurch an ihre gesellschaftliche Rolle und Verantwortung erinnert werden.

In vielen Ländern fühlten sich die Wirtschaftsjournalisten erst durch die Krise ermutigt, ihre engen Verbindungen zum Finanzsystem zu lösen und kritischer darüber zu berichten (O'Brien 2015). Die große Lobhudelei der Wallstreet-Macher in den Boom-Jahren vor der Krise schlug vor allem in den britischen und den US-Medien im Kontext der Krise in harsche persönliche Kritik um (Schiffes/Knowles 2015). Aber auch in Deutschland wurden viele abstrakte Prozesse anhand von Fallbeispielen verdeutlicht (Quiring/Weber 2013a).

In Bezug auf *die Thematisierung und Themenbehandlung* lassen sich ebenfalls studienübergreifende Ergebnisse aufzählen. Zu Beginn der GWFK wurden vor allem *das potenzielle Ausmaß der Krise* und ihre Ausstrahlungseffekte auf verschiedene Länder weltweit diskutiert (Schiffes/Knowles 2015). Ein weiteres beliebtes Thema waren die verschiedenen *Konjunkturmaßnahmen*. Dabei beschränkte sich die Berichterstattung aber vor allem im anglophonen Raum meist auf die Diskussion der Durchsetzungsmöglichkeit derartiger Maßnahmen. Die Diskussion über die Angemessenheit und Effizienz der einzelnen Konjunkturpakete sowie die generelle Debatte, ob eine keynesianische Konjunkturpolitik oder eine strenge Austeritätspolitik der richtige Umgang mit der Krise sind folgte erst später im Verlauf der Krise. Zunächst wurde der keynesianische Ansatz insbesondere in den angelsächsischen Medien nicht in Frage gestellt (Schiffes 2015). Während er in den USA der dominante Ansatz blieb, schwenkte in den europäischen Medien die Stimmung zunehmend in die Richtung der Austeritätspolitik um, gerade auch im Angesicht des als problematisch angesehenen Anstiegs der Staatsverschuldung vieler Länder (Schiffes/Roberts 2015; Schiffes/Knowles 2015). Verschiedene Medienangebote mit populärer Wirtschaftsberichterstattung wie die New York Times (Pro-Stimulus) und das Wall Street Journal (Contra-Stimulus) in den USA bezogen zu einzelnen Aspekten der Krise klar Stellung. Die restliche Berichterstattung stellte sich aber als sehr ausgewogen dar (Schiffes 2015).

Auch in Deutschland unterschieden sich die Thematisierungsstrategien in der Diskussion *staatlicher Interventionsmaßnahmen*. Fernsehangebote und Boulevardmedien verfolgten eine andere Linie als die Qualitätspresse. Dabei kam es trotz der großen Unsicherheit die im Rahmen der GWFK auch unter den Journalisten herrschte kaum zu einer Ko-Orientierung zwischen den deutschen Medien (Geiß 2013c). Die deutschen Wirtschaftsmedien stellten eher einzelne Maßnahmen, wie die Abwrackprämie oder einzelne Bürgschaften des Staates für Banken und Unternehmen in den Vordergrund, als staatliche Interventionen grundsätzlich zu diskutieren. Einer eindeutigen Bewertung und Positionierung entzogen sie sich (Quiring/Weber

2013b). Auch die Argumentationsqualität der deutschen Medien gemessen an diskursiven Maßstäben ist eher gering. In der Studie von Kepplinger und Geiß (2013a) wies nur jeder zweite Beitrag Begründungen für oder gegen die darin beschriebenen Maßnahmen auf und nur jeder vierte Verfasser eines Beitrags rechtfertigte seine Position.

Sowohl der Elitenfokus als auch die Thematisierungsstrategien standen in einem starken Gegensatz zu den *Wünschen der Bevölkerung* in der Krise, die sich laut Umfragenn mehr Berichterstattung darüber erhoffte, wie die GWFK die einfachen Bürger betrifft. Für sie standen die Auswirkungen der Krise auf den Arbeitsmarkt, den Staatshaushalt und ihre eigenen privaten Finanzen im Vordergrund ihres Interesses (Schifferes 2015: 156).

Im Großen und Ganzen folgte die Berichterstattung weltweit eher einzelnen *tagesaktuellen Ereignissen*, als sie vorherzusagen (Schiffrin 2015), übergreifende und tiefgehende Analysen zu liefern, oder den Umgang mit der Krise intensiv zu diskutieren (Schifferes/Roberts 2015). Die wissenschaftliche Diskussion der GWFK fand, wenn überhaupt, nur ganz am Rande in den Medien Beachtung (Kepplinger/Geiß 2013a).⁶³ Im Vordergrund stand zumeist die Realwirtschaft, obwohl die Ursachen der Krise im Finanzmarkt lagen (Quiring/Weber 2013b). Insgesamt betonten die Medien stärker politische Abläufe und Entscheidungen im Rahmen der Krise ihre wirtschaftlichen Aspekte und Folgen (Schiffrin 2015).

In der Betrachtung des gesamten medialen Diskurses zur GWFK zeigt sich auch ein ausgeprägter *Negativismus*. Die Medien reagierten vor allem auf negative wirtschaftliche Entwicklungen (Weber/Quiring 2013). Im Vergleich verschiedener Einflussfaktoren auf die Krisenberichterstattung in Deutschland zeigte sich vor allem ein Zusammenhang mit dem Aktienindex, dem Ölpreis und dem Euro-Referenzkurs, allesamt Indikatoren für die internationale Lage der Wirtschaft. Nationale Wirtschaftsindikatoren wie die Entwicklung des BIP, der Arbeitslosigkeit, der Anzahl von Insolvenzen und dem Außenhandel wiesen keinen Zusammenhang mit der Berichterstattungsintensität auf (Weber/Quiring 2013).

Insgesamt konzentrierte sich die Berichterstattung auch im Kontext der GWFK eher auf die tagesaktuelle Beobachtung einzelner politischer Entscheidungen und der Durchsetzungsmöglichkeit von Maßnahmen, als die Ursachen, Lösungen und Folgen der Krise grundsätzlich zu diskutieren. Wissenschaftliche Fachdiskussionen wurden nur selten aufgegriffen. Die Argumentationsqualität der Berichterstattung war eher gering. Hinsichtlich

⁶³ Im Verlauf der Krise versuchte der Wirtschaftsjournalismus diesen Mangel zu beheben. Ein Beispiel ist die im Juli 2013 in der Wirtschaftswoche (Fischer 2013) begonnene Serie „Geistblitze der Ökonomie“.

der Auswahl der einzelnen Ereignisse, über die berichtet wurde, zeigte sich eine deutliche Tendenz zum Negativismus, die möglicherweise zu der wahrgenommenen Dramatik in der Bevölkerung beitrug. Im Zuge der Staatsschuldenkrise treten ganze Nationen als Berichterstattungsgegenstand in den Vordergrund. In dem Zeitraum von 2009 bis 2012 spielten beispielsweise besonders die europäischen Krisenländer eine wichtige Rolle in den deutschen Fernsehnachrichten (Zapf-Schramm 2013: 171).

Eine zweite Gruppe von sozialwissenschaftlichen Studien zur GWFK-Berichterstattung entwickelte sich rund um den *Framing-Ansatz* (2) (Bach/Weber/Quiring 2012; Geiß 2013b,c; Joris/d’Haenens/van Gorp 2014; Falasca 2014; Kleinijenhuis/Schultz/Oegema 2015). Da sich die Studien ebenfalls auf verschiedene Krisenaspekte und -phasen, nationale Kontexte und Mediengattungen sowie -angebote konzentrieren und darüber hinaus die einzelnen Frames unterschiedlich eng oder weit fassen, fällt es auch hier schwer, die derart gewonnenen Ergebnisse zu vergleichen und zusammenzufassen. Insgesamt zeigen diese Studien *kein konsonantes Framing während der Krise* (Geiß 2013a: 157; Schifferes/Knowles 2015). Stattdessen wechseln sich die verschiedensten Deutungsmuster zyklisch ab. Dabei nimmt der Komplexitätsgrad des Framings der Krise in ihrem Verlauf stetig zu. Das Framing wird primär von den generellen Qualitätsmedien bestimmt, und nicht von den spezialisierten Wirtschaftsmedien. Nach anfänglicher Unsicherheit gelingt es der Politik zunehmend das Framing der Krise mitzubestimmen.

Falasca (2014) zeigt am Beispiel Schwedens, dass es den dortigen Politikern nach anfänglicher Kritik durch die Medien im Verlauf der Krise gelingt, das Framing der Krise mitzubestimmen. Für den deutschen Krisendiskurs zeigen Bach, Weber und Quiring (2012), dass die Wirtschaftsmedien keine entscheidende Rolle im Framing der Krise einnehmen konnten, sondern dass Frames in erster Linie von den Universalmedien gesetzt wurden. Geiß (2013a,b) kann zeigen, dass kein einzelnes Deutungsmuster den deutschen Krisendiskurs dominierte, sondern sich im Gegenteil die verschiedenen Deutungsmuster zyklisch abwechselten. Darüber hinaus kann er aus dem im Rahmen seiner Studie ermittelten Verhältnis der verschiedenen Frames zueinander drei Konfliktlinien ableiten: Erstens stehen sich die Regierung und die Wirtschaft gegenüber, zweitens die Finanz- und die Realwirtschaft und drittens konfliktieren Regulierung und Stimulierung (Anschieben) miteinander (Geiß 2013a,b). Kleinijenhuis, Schultz und Oegema (2015) vergleichen die Framingkomplexität (i. S. v. Vielfalt der Frame-Elemente) der GWFK in Deutschland, Großbritannien und den USA miteinander. Sie finden keine wesentlichen Unterschiede zwischen den Ländern.

Alle drei nationalen Kontexte weisen zunächst einen sehr niedrigen Komplexitätsgrad auf, der aber im Verlauf der Krise stark zunimmt (Kleinijenhuis/Schultz/Oegema 2015). Insgesamt spiegelt sich also die gesamtgesellschaftliche Verunsicherung durch die Krise auch in der Berichterstattung wider. Klare Positionen und Meinungen sowie tiefgehende Analysen und intensive Diskussionen sind aufseiten der Journalisten Mangelware. Sie scheinen mit der reinen Darstellung der Ereignisse schon voll ausgelastet gewesen zu sein.

Als dritten Bereich kann der Forschungsstand zu dem Ausmaß *transnationalen Öffentlichkeit im Rahmen der Berichterstattung zur GWFK in traditionellen Medien* aufgeführt werden (3). Die vereinzelt Studien zu transnationaler Öffentlichkeit in traditionellen Massenmedien im Rahmen der Krise kamen zu widersprüchlichen Ergebnissen.

Meijers (2013) untersucht beispielsweise den *Grad der Europäisierung* in Nachrichtensendungen im deutschen und niederländischen öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Rahmen der Eurokrise. Er konzentriert sich hierfür auf die Sichtbarkeit und Salienz europäischer Ereignisse, Themen und Akteure in den Sendungen. Er kann einen allgemeinen Anstieg der EU-Berichterstattung feststellen, allerdings begleitet von einem starken negativen Tenor. Trotz des Anstiegs der Berichterstattung von EU-Akteuren, finden sich nur wenige Hinweise auf einen deliberativen Diskurs. Die beiden Länder unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Ergebnisse nicht signifikant (Meijers 2013: 24). Drewski (2015) vergleicht die Berichterstattung zur Eurokrise in Leitartikeln von je zwei deutschen und spanischen Qualitätszeitungen im Hinblick auf einen europäischen öffentlichen Diskurs anhand von Themen, Interpretationen und Meinungen. Seine Ergebnisse widersprechen überwiegend den Anforderungen an transnationale Öffentlichkeit. Hepp, Lingenberg, Elsler, Möller, Mollen und Offerhaus (2013) widmeten sich der Frage, wie das Publikum die GWFK versteht und zu ihrer medialen Konstruktion beiträgt. Sie führten je 30 qualitative Interviews mit Bürgern in sechs europäischen Ländern. Mit Österreich, Dänemark, Frankreich, Deutschland, Polen und Großbritannien berücksichtigen sie zwar ost- und westeuropäische Länder, aber keines der eigentlichen Krisenländer im Rahmen der GWFK.⁶⁴ Ihre Ergebnisse weisen auf eine transnationale Konstruktion der Krise hin. Insgesamt wird die Idee eines gemeinsamen Europas befürwortet, auch wenn einzelnen Maßnahmen kritisiert werden. Dabei finden sie nur wenige Unterschiede zwischen den Ländern. Die Diskussion der

⁶⁴ Diese Einschränkung der Auswahl ist vor allem der Vergleichbarkeit und Fortführung eines längerfristigen und unabhängig von der GWFK durchgeführten Forschungsprojektes geschuldet (Hepp/Lingenberg/Elsler/Möller/Mollen/Offerhaus 2013: 6).

Krise findet also nicht nur zwischen gesellschaftlichen Eliten statt, sondern auch im Alltag der Bevölkerung (Hepp/Lingenberg/Elsler/Möller/Mollen/Offerhaus 2013: 20-23). Ihre homogenen Ergebnisse können aber auch zu einem erheblichen Anteil der Tatsache geschuldet sein, dass ihre Länderauswahl die wesentliche Konfliktlinie zwischen nord- und südeuropäischen Ländern, die im Kontext der Krise besonders deutlich zu Tage getreten ist, nicht umfasst.

Bei der Berichterstattung zur GWFK zeigten sich durchaus auch *Unterschiede zwischen einzelnen Ländern*. In der europäischen und letztlich auch der britischen, Berichterstattung wurden die Austeritätsmaßnahmen nach intensiver Diskussion überwiegend befürwortet, während in den USA eher Positionen in der Tradition Keynesianischer Ansätze, also gegen Austeritätspolitik und für intensive Konjunkturstimuli als geeignete Lösung abgesehen wurden (Schifferes/Roberts 2015: xvii). Anders als beispielsweise in Irland (O'Brien 2015) äußerte sich die spanische Wirtschaftspresse bereits früh skeptisch zur Nachhaltigkeit des Booms auf dem nationalen Immobilienmarkt. Die Verwicklungen des spanischen Bankensektors in die globale Wirtschaftskrise erkannte sie dagegen erst spät (Arrese 2015). Im Verlauf der Eurokrise zeigte sich ein starker nationalistischer Tenor in der Berichterstattung (Schifferes/Roberts 2015: xviii). Besonders im Rahmen der Eurokrise wurden nicht nur Krisenaspekte und -lösungen diskutiert, sondern *die Länder beobachteten sich intensiv untereinander* und schoben sich gegenseitig Schuld und Verantwortung zu. Dabei divergierten die Nationen allerdings hinsichtlich ihrer transnationalen Orientierung. Während britische Tageszeitungen eine größere internationale Orientierung aufwiesen, beschränkten sich beispielsweise irische Medien eher auf den nationalen Kontext (Marron 2010: 273). Diesbezüglich zeigten sich die wirtschaftlichen Ungleichheiten zwischen Industrie- und Schwellen-/Entwicklungsländern. Erstere wurden für die Krise verantwortlich gemacht, für die letztere nun mitzuzahlen hätten. Und innerhalb der EU zeigte sich ein Konflikt zwischen den wirtschaftlich starken Ländern wie Deutschland, die Niederlande, Österreich, Finnland und den skandinavischen EU-Mitgliedern, die die Auswirkungen der Finanzkrise gut in den Griff bekamen und den Krisenländern wie Griechenland, Irland, Portugal, Spanien und Italien.

Die strukturelle Inhaltsanalyse von Leupold (2016) zeigt, dass die Konfliktlinien vor allem zwischen verschiedenen Nationen und weniger innerhalb von Nationen verlaufen. Gerade der harte Kurs der deutschen Bundeskanzlerin Angela Merkel wurde vor allem in der griechischen Presse stark kritisiert (Papathanassopoulos 2015). Umgekehrt wurden die Krisenländer in der Berichterstattung der Industrieländer oft simplifiziert und stereotyp

dargestellt, wie beispielsweise Griechenland in den US-Medien (Tracy 2012). Häufig werden, gerade in Bezug auf die Frage der Schuldzuschreibung, nur kulturelle Besonderheiten und der nationale Kontext in den Vordergrund gestellt. Der systemische Zusammenhang und die politischen und wirtschaftlichen Verflechtungen zwischen den Ländern werden dabei meist ausgeblendet. In einer der seltenen komparativen Studien zur Berichterstattung über die GWFK vergleicht Papathanassopoulos (2015) die Darstellung der Griechenlandkrise in neun europäischen Tageszeitungen. Er schlussfolgert, dass im Rahmen der Krise die klare Trennung zwischen In- und Auslandsberichterstattung verschwimmt. Besonders die deutschen Medien diskutierten als Geberland die Hilfen für Griechenland intensiv (Papathanassopoulos 2015: 115). Insgesamt kennzeichnete die deutsche Berichterstattung zur Krise eine hohe internationale Orientierung.

Neben der klassischen Berichterstattung der Journalisten in den traditionellen Massenmedien entstanden gerade durch die *Gegenöffentlichkeit*, die vor allem durch soziale Bewegungen wie Occupy geäußert wurde, transnationale Debatten und fanden unter anderem auch ihren Weg in die traditionellen Medien (Mörtenböck/Mooshammer 2014: 200-203, Schmidt-Beck 2014: 168; Bennett/Lang/Seegerberg 2015: 108-109).⁶⁵ Die Bedeutung von „pressures from below“ und einer Transnationalisierung von Öffentlichkeit von unten wird von verschiedenen Autoren betont (z. B. Della Porta/Cainai 2007). Soziale Bewegungen formulierten eine Gegenstimme zum neoliberalen, wirtschaftswissenschaftlich geprägten Mainstream, indem sie besonders die sozialen Folgen der Krise und ihre Ursachen in einem fehlerhaften Wirtschaftssystem öffentlich anprangerten (Langenohl/Wetzel 2014: 21). Zu diesem Zweck bezogen sie sich vor allem auf den populär gewordenen Essay „Of the 1%, by the 1%, for the 1%“ des Nobelpreisträgers Joseph Stiglitz (2011), der darin den immer weiter anwachsenden Anteil des Vermögens der Superreichen in den USA kritisiert (Mörtenböck/Mooshammer 2014: 197). Durch ihre öffentliche Präsenz und zahlreiche Demonstrationen weltweit sorgten sie dafür, dass derartige Aspekte fester Bestandteil des Diskurses über die GWFK wurden und über einen längeren Zeitraum auch blieben (Grusin 2014; Mörtenböck/Mooshammer 2014: 197). Gerade diese Gegenöffentlichkeit sorgte zumindest punktuell für eine transnationale Diskussion der GWFK (Mörtenböck/Mooshammer 2014: 200-203). Bemängelt wurde allerdings der Mangel an konkreten Forderungen durch Occupy

⁶⁵ Eine ausführliche Diskussion der öffentlichen Rolle von finanzmarktkritischen sozialen Bewegungen findet sich in dem Themenheft der Zeitschrift *Critical Quarterly* (z. B. Scott 2012; Bray 2012).

und das Fehlen eines expliziten wirtschaftlichen Alternativ-Programms (Grusin 2014; Mörtenböck/Mooshammer 2014: 197).

Insgesamt deuten die Ergebnisse des dritten Bereichs in die Richtung einer *zunehmenden vertikalen Transnationalisierung* bei einem sich gleichzeitig verstärkenden *negativen Tenor*. Außerdem *nahm die horizontale Beobachtung anderer Länder zu*, allerdings meist *unter nationaler Perspektive*. Während der verschiedenen Krisenphasen beobachteten die verschiedenen Länder ihre gegenseitige Betroffenheit und den Umgang mit der Krise intensiv. Gerade die Eurokrise verstärkte diese Beobachtung zusätzlich. Die Grenze zwischen In- und Auslandsberichterstattung verwischte dabei. Die Krisenberichterstattung ähnelte sich aber im Großen und Ganzen in den verschiedenen Ländern. Im Detail setzte sie ihre Schwerpunkte logischerweise gemäß der individuellen Betroffenheit des jeweiligen Landes durch die Krise.

Genau wie der Wirtschaftsjournalismus generell wurde auch konkret die *Berichterstattung in den traditionellen Massenmedien* vor und während der GWFK *harsch kritisiert und kontrovers diskutiert* (Mast 2012: 30; Roush 2015: 16-17): Im Vorfeld der Krise hätten die Wirtschaftsmedien als Frühwarnsystem versagt, indem sie nicht ausreichend auf die Fehlentwicklungen und ihre Konsequenzen aufmerksam gemacht hätten. Allgemein wäre die Wirtschaftsberichterstattung zu stark in redaktionellen Routinen verharret, ideologisch zu einseitig gewesen und wäre mit den Finanzmarktakteuren zu wenig distanziert und zu unkritisch umgegangen. Wirtschaftsjournalisten seien dem allgemeinen Herdenverhalten am Finanzmarkt gefolgt, ohne die dortigen Prozesse ausreichend zu hinterfragen oder auch zu durchschauen (Arlt/Storz 2010; Mast 2012: 30-31; Stiglitz 2015; Barber 2015: xxvii; Starkman 2015). Dabei gingen auch die Wirtschaftsjournalisten selbst hart mit sich ins Gericht (Meier/Winterbauer 2008; Schlechter 2009; Schmidt-Beck 2014: 162).

Die zuvor berichteten Studienergebnisse zu den Inhalten der GWFK-Berichterstattung deuten darauf hin, dass ein Großteil dieser Kritikpunkte durchaus berechtigt ist, wenn auch nicht alle und uneingeschränkt. Bis auf den ersten Aspekt, sind diese Kritikpunkte auch nicht neu und auch nicht erst im Kontext der Krise aufgekommen. Sie wurden allerdings durch sie spezifiziert, verschärft und verstärkt öffentlich artikuliert (Schiffirin 2015: 29). Außerdem hatte der Finanzmarkt im Vorfeld der Krise ein starkes Interesse daran die Blase am Leben zu erhalten und sorgte für entsprechende PR-Maßnahmen (Stiglitz 2015).

Auch wenn viele der Kritikpunkte berechtigt sind, *verteidigen einige Journalismusforscher die Krisenberichterstattung* (Roush 2015). Sie weisen darauf, dass es durchaus vereinzelt Journalisten⁶⁶ gab, die vor den Fehlentwicklungen gewarnt hätten, auch wenn sie das volle Ausmaß der Krise nicht abschätzen konnten (Barber 2015). Die mahnenden Stimmen seien in der allgemeinen Euphorie der Boomjahre schlichtweg überhört oder absichtlich ignoriert worden (Roush 2015: 18, 24-25; Usher 2013). Außerdem hätte sich das Publikum im Vorfeld der Krise nicht großartig für Wirtschafts- und Finanzthemen interessiert. Umstritten ist ebenfalls, wie weit die Watchdog-Aufgaben des Wirtschaftsjournalismus reichen können (O'Brien 2015). Ist es realistisch von Wirtschaftsjournalisten zu erwarten, dass sie wirtschaftliche Prozesse überwachen und Krisen antizipieren, die nicht einmal Wirtschaftswissenschaftler richtig eingeschätzt hatten?

Für die teilweise unbefriedigende Berichterstattung im Vorfeld und Verlauf der Krise lassen sich also *verschiedene strukturelle und professionelle Gründe* ausmachen (Arrese 2015: 89). Bis heute wirkt sich der zum Teil durch das (angebliche) Fehlverhalten der Wirtschaftsjournalisten während der GWFK entstandene Vertrauensverlust der Bevölkerung auf das gesamte Teilsystem des Journalismus aus. Der ohnehin schon schleichende Vertrauensverlust der Bevölkerung in die Wirtschaftsmedien und den Journalismus generell vergrößerte sich im Rahmen der GWFK exponentiell (Schifferes 2015). Und auch darüber hinaus wirkt die Krise und das wahrgenommene teilweise Versagen der öffentlichen Institutionen langfristig gesellschaftlich destabilisierend (Kädler 2014: 191).

An den *Experten*, insbesondere den Wirtschaftswissenschaftlern, wurde im Rahmen der Berichterstattung zur GWFK *ebenfalls massiv Kritik* geübt.

⁶⁶ Besonders die seit 2004 warnende Rolle der Financial Times-Redakteurin Gillian Tett, einer promovierten Anthropologin, wird in zahlreichen Quellen positiv hervorgehoben (Barber 2015: xxv; Starkman 2015: 13; Schifferes/Knowles 2015: 44). Auch die Financial Times Kolumnisten John Plender und Martin Wolf hatten auf Risiken aufmerksam gemacht. Gretchen Morgenson (New York Times) berichtete regelmäßig über die exzessiven Praktiken an der Wall Street und Jeff Randall (Sky News) hatte die Gefahr einer zu hohen Staatsverschuldung angemahnt. Weitere Beispiele für journalistische „Propheten“ sind David Evans (Bloomberg), Der Hovanesian (Businessweek) und Mark Whitehouse (Journal) (Starkman 2015: 13). Allerdings konzentrieren sich die warnenden Stimmen immer auf Detailspekte der Krise. Kein Journalist hat die einzelnen Puzzleteile wirklich zusammengesetzt und das gesamte Ausmaß der Krise vorhergesehen (Roush 2015; Barber 2015: xxiv-xxvi).

Hier zeigten sich Schwachstellen⁶⁷ in Form von einseitigen Perspektiven und Forschungslücken der Wirtschaftswissenschaften (Meier/Winterbauer 2008: 22). Diese Kritik wurde unter anderem auch von Wirtschaftswissenschaftlern selbst geäußert. So kritisiert der Nobelpreisträger Joseph Stiglitz die Realitätsferne der insbesondere die Volkswirtschaftslehre dominierenden Paradigmen und die abstrakten und auf vereinfachten Annahmen basierenden Modelle. Vor allem den neoklassischen Mainstream verurteilt er scharf (Stiglitz 2010: 311-313). Mit Paul Krugman bezog ein weiterer Nobelpreisträger den Wirtschaftswissenschaften gegenüber kritisch Stellung. Die geschilderten Schwachstellen und die Uneinigkeit der Wirtschaftswissenschaftler untereinander könnte ein Grund dafür sein, dass ihre Stimme in der Berichterstattung zur GWFK keine gewichtige Rolle spielte. Die einzelnen Kritikpunkte an die Wirtschaftsberichterstattung während der GWFK werden folglich von Praktikern und Wissenschaftlern kontrovers diskutiert (Tambini 2010; Usher 2013). Teilweise wird die Erwartung, dass Journalisten Krisen antizipieren können sollen, mit denen selbst renommierte Wirtschaftswissenschaftler nicht gerechnet haben, als überzogen angesehen. Dementsprechend anspruchsvoll ist auch die Forderung an die Wirtschaftsjournalisten aus der Kakophonie der Stimmen, Meinungen und Positionen die entscheidenden Prognosen herauszufischen (Mast 2012: 67). Und auch hinsichtlich der Distanz zu seinen Quellen aus der Wirtschaft muss der Wirtschaftsjournalismus immer einen Balanceakt vollziehen, da die Auskunftsbereitschaft wirtschaftlich relevanter Akteure eine andere ist als die beispielsweise von politischen Akteuren (Mast 2012).

Die *Medien* waren auch *selbst wiederum von der GWFK betroffen* (Beck/Reineck/Schubert 2010; Schmidt-Beck 2014: 147). Durch den allgemeinen konjunkturellen Abschwung sanken die Werbeeinnahmen. Trotz der großen Nachfrage nach Informationen und Nachrichten aus dem Bereich der Wirtschaft wurden Publikationen wie die Financial Times Deutschland (Schmidt-Beck 2014: 147) eingestellt oder Redaktionen zusammengelegt, wie die der Wirtschaftsmagazine des Verlags Gruner und Jahr (Beck/Reineck/Schubert 2010: 229; Mast 2012: 51). Demnach musste

⁶⁷ Besondere Aufmerksamkeit erhielt die Studie „Growth in a time of debt“ von Reinhart und Rogoff (2010), in der die beiden Forscher Belege für den Zusammenhang von Staatsverschuldung und Wirtschaftswachstum liefern. Die zusätzlich von ihnen postulierte kritische Schwelle einer Staatsverschuldung von 90 Prozent des BIP diente vor allem europäischen Politikern als Grundlage und Argument für die von ihnen geforderte Austeritätspolitik. Ein US-amerikanischer Student entdeckte, dass es sich bei dem Schwellenwert um einen Rechenfehler handelte. Der Fehler war Wasser auf den Mühlen von Gegnern der Austeritätspolitik wie Paul Krugman. Und sorgte für eine heftige öffentliche Debatte (Buhse 2013; Spiegel Online 2013).

der Wirtschaftsjournalismus die gestiegenen Anforderungen im Rahmen der GWFK unter prekäreren Bedingungen als ohnehin schon erfüllen. Die *GWFK hatte aber auch positive Effekte auf den Wirtschaftsjournalismus*. Viele Redaktionsverantwortliche sehen aufgrund der großen Nachfrage im Ausbau der Wirtschaftsberichterstattung eine Chance sich im Medienwettbewerb zu behaupten (Mast 2012: 107). Die GWFK hat im Wirtschaftsjournalismus selbst ein Umdenken bewirkt. Die Entwicklung geht in die Richtung einer breiteren Perspektive auf Wirtschafts- und Finanzthemen. Wirtschaft wird nun häufiger als Universalthema behandelt mit einem verstärkten Fokus auf gesellschaftlichen Auswirkungen (Mast 2012; Mast/Spachmann 2014: 257, 260).

Die traditionelle Berichterstattung zur GWFK ist sicherlich nicht allein schuld an der Entstehung und teilweise fehlerhaften Lösung der Krise. Dennoch trägt sie eine Mitschuld, da sie insbesondere das Wirtschaftssystem zu wenig kontrolliert hat und den Lesern im Verlauf der Krise zu wenig Einordnung und tiefgehende, wissenschaftlich fundierte Analysen der verschiedenen Perspektiven auf Ursachen, geeignete Maßnahmen und Folgen der Krise geliefert hat. Insgesamt hat die GWFK, allen voran die Eurokrise, aber zu einer Intensivierung der Berichterstattung und auch der außermedialen Diskussion geführt. Um diese länderübergreifenden Probleme verstehen und lösen zu können, waren die betroffenen Nationen zumindest bis zu einem gewissen Grad gezwungen, über den eigenen Tellerrand hinwegzusehen. Dadurch entstanden ideale Bedingungen für transnationale Öffentlichkeit in den Massenmedien.

5.3.2 Die Medienberichterstattung zur GWFK in der Netzwerköffentlichkeit im Internet

In der Wirtschaftsberichterstattung allgemein und speziell im Kontext der GWFK spielte das Internet eine entscheidende Rolle. Wie andere Gesellschaftsbereiche auch, hat das Internet auch das Wirtschaftssystem und den Wirtschaftsjournalismus stark beeinflusst. Im Zusammenhang mit Öffentlichkeit hat sich besonders die Finanzmarktkommunikation gewandelt. Durch elektronische Handelssysteme wurde es auch für Privatpersonen technisch möglich, das internationale Handelsgeschehen von zuhause (fast) in Echtzeit aus zu verfolgen. Zusätzlich entstanden Börsenportale im Internet, auf denen zwar nicht gehandelt werden konnte, aber Informationen rund um das Börsengeschehen publiziert wurden. Dadurch werden die Börse und die Finanzmärkte selbst öffentlich präsenter (Schraten 2014: 99).

Wirtschaftliche und politische Kommunikation werden auf diesen Portalen neuartig miteinander verknüpft (Schraten 2014: 118-119; Schranz/Eisenegger 2014: 234). Es hat sich also mit der Weiterentwicklung des Internets vor allem die Publikation von Preisinformationen in den Onlinebereich verschoben (Langenohl/Wetzel 2014: 22).

Die Etablierung des Internets beeinflusst und verändert auch den Wirtschaftsjournalismus stark (Mast 2012:47, 50). Moss (2009a: 149) prognostizierte einen weiteren Bedeutungszuwachs des Internets für die Wirtschaftsberichterstattung insbesondere in Bezug auf die Aspekte Aktualität und Nutzwert, während er die Investigation und Tiefenanalyse auch weiterhin primär in den traditionellen Massenmedien verortete.⁶⁸ Durch das Internet hat sich der Konkurrenzdruck für den Wirtschaftsjournalismus extrem erhöht. Es treten neue Formen der interpersonalen und öffentlichen Kommunikation in Social Media (Partizipation) und direkte Kommunikationsangebote von Unternehmen, Organisationen und gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Institutionen (Disintermediation) zu den klassischen Wirtschaftsmedien hinzu, die wiederum selbst ihre öffentliche Präsenz mit eigenen Angeboten in das Internet verlängern (Mast 2012: 70, 103; Kapitel 3). Im Internet spiegelt sich also potenziell die gesamte im vorigen Kapitel geschilderte gesellschaftliche Vielfalt des Wirtschaftssystems wider, ergänzt um zahlreiche zusätzliche *Angebotsformen* und Kommunikationskanäle, was den Überblick über die Wirtschaftsberichterstattung im Internet zusätzlich erschwert.

Insgesamt lassen sich folgende Angebotstypen der Wirtschaftsberichterstattung zuordnen: 1) Internetableger der traditionellen Wirtschaftsmedien und Massenmedien mit Wirtschaftsberichterstattung (z. B. handelsblatt.com, wiwo.de), 2) internetgenuine Wirtschaftsmedien (z. B. Huffington Post), 3) Internetangebote von (auf Wirtschaft) spezialisierten Nachrichtenagenturen (z. B. bloomberg.com), 4) auf Wirtschaft und Finanzen spezialisierte Serviceportale, die auch Informationen anbieten (z. B. Onvista, Börse Online; Wallstreet-Online, TheStreet.com), 5) WiFi-Blogs (z. B. Fazit – das Wirtschaftsblog), 6) sowie andere Social Media Angebote mit wirtschaftlichen Inhalten (Moss 2009a: 148-149; 2009b: 134; Mast 2012: 110, 104; Tambini 2015: 133). Zwischen den verschiedenen Angebotstypen herrschen allerdings zahlreiche Kooperations- und Hybridbeziehungen vor. Traditionelle Medienmarken nutzen beispielsweise als Kanäle

⁶⁸ Diese Prognose hat sich gerade im Kontext der GWFK nur zu einem Teil bestätigt. Neben aktuellen und serviceorientierten Informationen ergänzte das Internet die klassische Wirtschaftsberichterstattung insbesondere auch im Bereich der Hintergrundanalysen.

zur Verbreitung ihrer Inhalte auch zahlreiche Social Media Angebote. Serviceportale und internetgenuine Wirtschaftsmedien greifen oft auf Informationen der Nachrichtenagenturen zurück, genau wie die Internetableger traditioneller Medienmarken (Schader 2008).

Insgesamt sind auch die Wirtschaftsangebote im Internet mit den gleichen *ambivalenten Zielgruppen und Erwartungen* konfrontiert. Im Internet finden sich aber im Vergleich zu den Offline-Wirtschaftsmedien vor allem viele Spezialangebote mit sehr spezifischer Ausrichtung beispielsweise auf Finanzen und Anlageberatung (Mast 2012: 37-38). Gerade der Bereich von Internetfinanzinformationen ist ein lukrativer Markt, in dem sich auch zahlreiche deutsche Verlage engagieren (Hohlfeld/Dörsam 2008: 98). Innovative Wirtschaftsangebote finden sich in erster Linie in nicht-journalistischen und überwiegend partizipativen Formaten des Internets (Mast 2012: 109-110).

Traditionell nutzen *Wirtschafts- und Finanzmarktexperten* eine große Bandbreite verschiedener Informationsquellen, wobei das Internet im Verlauf der Nullerjahre einen immer größeren Stellenwert gewonnen hat (Schmidt-Beck 2014: 150-153). Das gilt vor allem für die Informationsnutzung in Bezug auf den Umgang mit Vermögenswerten, weniger für wirtschaftspolitische Grundsatzentscheidungen (Schraten 2014: 114). Eine Marktforschungsstudie ermittelte beispielsweise, dass 71 Prozent der Personen, die eine Geldanlage planen, sich zuerst im Internet informieren und zu diesem Zweck durchschnittlich zwölf Websites besuchen (Bell 2007: 56). Auch innerhalb des wirtschaftlichen *Laienpublikums* konnte das Internet seine Beliebtheit steigern. Während sechs von zehn Entscheidungsträgern regelmäßig Internetangebote nutzen, um sich über Wirtschaftsthemen zu informieren, greifen immerhin auch drei von zehn Bürgern für diesen Zweck darauf zurück (Mast/Spachmann 2014: 259). Dabei bezieht sich ein Großteil der Nutzung auf die Ableger traditioneller Massenmedien und Serviceportale. Social-Media-Angebote werden nur von einem geringen Anteil der Bürger und Entscheidungsträger regelmäßig genutzt (Mast/Spachmann 2014: 259).

Die Internetnutzung von Wirtschaftsinformationen wirkt auch wieder auf die Entscheidungsprozesse des Wirtschaftsjournalismus zurück. „Im Informationswust aus Weblogs und Netzwerk-Kommunikation wird der ‚Klick‘ zur zentralen Maßeinheit.“ (Moss 2009a: 150) Nachrichten werden im Bereich der Wirtschaft vermehrt nach Quote und nicht primär nach Relevanz ausgewählt.

Auf der *Anbieterseite* vermischen sich auch in Wirtschaftsangeboten im Internet *Elemente professioneller, partizipativer und technischer Vermittlung* (Mast 2012: 50). Strukturen technischer Vermittlung finden sich vor allem im Bereich der Finanznachrichten (Knorr Cetina/Reichmann 2015; Neuberger/Nuernbergk 2015: 209). Laut der Neuauswertung der Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage lässt sich feststellen, dass in Deutschland die Mehrheit der Wirtschaftsjournalisten 2006 in den traditionellen Massenmedien (Zeitschriften: 31 Prozent, Zeitungen: 28 Prozent, TV: 17 Prozent) beschäftigt war. Aber immerhin elf Prozent der befragten Journalisten gaben als Haupttätigkeitsfeld die Wirtschaftsberichterstattung in Online-Medien an. Gemessen am Anteil der Redakteure, die in den einzelnen Redaktionen im Bereich Wirtschaft beschäftigt sind, weisen Online-Medien allerdings mit zwölf Prozent den zweitgrößten Anteil Wirtschaftsredakteure hinter Nachrichtenagenturen (15 Prozent) aber vor den traditionellen Massenmedien auf (Mast 2012: 98). Insgesamt arbeiten also nur wenige Wirtschaftsjournalisten primär für Internetangebote, in Onlineredaktionen nimmt die Wirtschaftsberichterstattung aber einen hohen Stellenwert ein.⁶⁹ Die Anbieter von Wirtschaftsinformationen im Netz sind dabei mindestens genauso facettenreich, wie die Angebotstypen (Moss 2009a: 147). Vormalige professionelle Grenzen von Wirtschaftsjournalisten lösen sich online immer weiter auf, was auch diesen Bereich des Journalismus zu einer Neubestimmung seiner ethischen und regulatorischen Grenzen nötigt (Tambini 2015: 135-136). Durch die offene Angebotsstruktur des Internets ist nicht immer bekannt und eindeutig, wer dort wirtschafts- und finanzjournalistische Vermittlungsleistungen erbringt (Tambini 2015: 136).

Der *Forschungsstand zur Wirtschaftsberichterstattung im Internet* ist noch wesentlich spärlicher als der zu traditionellen Massenmedien (Dogruel/Reineck/Beck 2010). Auch im engeren Bereich der Wirtschaftsöffentlichkeit zeigen sich die bereits beschriebenen *Potenziale* und Risiken der Internetöffentlichkeit (Tambini 2015: 129). Die Wirtschaftsöffentlichkeit im Internet ist potenziell *zugangsoffener*. Verschiedenste, allen voran zuvor im Wirtschaftssystem und der Gesellschaft marginalisierte Akteure können sich dort am Diskurs beteiligen. Arbeitnehmer können beispielsweise ihre Lage schildern oder Forderungen äußern. Private Kleinanleger können sich austauschen oder Anlagetipps geben. Und Wirtschaftswissenschaftler mit Positionen jenseits des neoliberalen Mainstreams können ihre Sichtweisen erläutern und diskutieren. Dadurch dass auch einfache Bürger

⁶⁹ Den hohen Stellenwert von Wirtschaftsinformationen im Netz bestätigen auch andere Studien (Beck/Berghofer/Dogruel/Geyer 2012; Quandt 2008).

sich in dieser Rolle online zu Wort melden können, kann prinzipiell ein Gegengewicht zum Elitenfokus der traditionellen Wirtschaftsberichterstattung geschaffen werden. Der Aspekt der vermehrten Sichtbarkeit für marginalisierte Akteure und Inhalte gilt dabei einerseits im Rahmen einzelner Gesellschaften bzw. nationaler Wirtschaftssysteme, oder aber auch weltweit. Gerade im Bereich der Wirtschaftsberichterstattung werden wirtschaftliche und politisch schwächere Länder und ihre Interessen weniger berücksichtigt. Im Internet könnte dieser Asymmetrie entgegengewirkt werden. Insgesamt bieten Wirtschaftsmedien im Internet *mehr Raum für Meinung und (grundsätzlichere) Diskussion*, aber auch *Nischen- und Spezialthemen*, für die in der Medienberichterstattung der traditionellen Wirtschaftsmedien schlichtweg der Platz fehlt. Zahlreiche Experten können dort über wirtschaftliche Details fachsimpeln oder sich direkt in öffentliche Diskurse einschalten, häufig auch ohne den Umweg über die Massenmedien (*Disintermediation*).

Gleichzeitig macht das Internet zumindest bis zu einem gewissen Grad *Fachdiskurse transparent*, die zuvor für wirtschaftlich interessierte Personen gar nicht oder nur unter sehr großem Aufwand einsehbar waren. Diskussionen und Prognosen zu Aktienkursen können im Internet verfolgt werden, sofern sie beispielsweise in Blogs prinzipiell öffentlich stattfinden. Und auch *wirtschaftsjournalistische Quellen*, wie Unternehmensberichte und Quartalszahlen, sind online für jedermann *verfügbar*. Außerdem können im Internet verschiedene wirtschaftliche Informationen, die auf unterschiedlichen Plattformen veröffentlicht wurden schnell und einfach *per Hypertext verknüpft* werden. Darüber hinaus werden die Inhalte der Wirtschaftsberichterstattung im Internet *archiviert* und somit dauerhaft abrufbar.

Diesen Potenzialen der Wirtschaftsberichterstattung im Internet stehen *zahlreiche Risiken* gegenüber, allen voran *Qualitätsmängel* der derart publizierten Informationen durch fehlende Kontrolle. Der offenere Zugang ermöglicht es darüber hinaus auch, dass *extreme Akteure mit extremen Sichtweisen* überproportional und ungefiltert zu Wort kommen. Gerade in Spezialbereichen des komplexen Wirtschaftssystems, die für ungeschulte Laien kaum nachvollziehbar sind, kann es sein, dass sich nicht ausreichend qualifizierte Personen zu selbsternannten Experten aufschwingen und falsche Informationen verbreiten (Tambini 2015: 135). Durch den größeren Aufmerksamkeitswettbewerb im und durch das Internet können dort boulevardeske Berichtermuster wie *Emotionalisierung* und *Personalisierung* noch eine größere Rolle spielen, als ohnehin schon in der Wirtschaftsbe-

richterstattung der traditionellen Massenmedien (Mast 2012: 90). Das Internet erhöht ebenfalls das *Skandalisierungspotenzial* öffentlicher Kommunikation. Durch die besondere Struktur des Internets sind Skandale dort kaum mehr vorherseh- und kontrollierbar (Chadwick 2011; Stanyer 2014: 162; Neuberger 2013a: 235). Im Rahmen der Ereignisse der Krisenjahre kam es immer wieder zu Skandalen, beispielsweise wenn das Fehlverhalten einzelner Banker und Entscheidungsträger öffentlich angeprangert wurden. Laut Neidhardt (2015: 296) sorgen derartige skandalisierte Darstellungen erst dazu, dass im Internet und allen voran im Social Web das politische Interesse der Nutzer erwacht. Es besteht aber auch die Gefahr, dass durch die geringe Kontrolle und den Hang zu unzivilem Diskurs im Internet *öffentliche Diskussionen verflachen*. Positionen werden nicht ausreichend mit Argumenten unterlegt, für Behauptungen keine Fakten und Belege angeführt und die Verbreitung von Gerüchten erleichtert. Das bereitet den Weg für *Popularisierung* (Mast 2012: 90, Herv. i. Org.). Gerade diese alternativen Sichtweisen finden Nutzer im Internet. Der offenere Zugang im Internet kann sich auch umkehren und in eine noch *stärkere Aufmerksamkeitskonzentration* auf einige wenige mächtige und ressourcenstarke Akteure umschlagen. Darüber hinaus ist der Wirtschaftsjournalismus im Internet vielleicht noch stärker von der Einflussnahme strategischer Kommunikation bedroht (Tambini 2015: 129). Die größere Geschwindigkeit und Dynamik im Internet sind Segen und Fluch zugleich. Einerseits kommen unter anderem Wirtschaftsjournalisten dort schneller an Informationen, andererseits steigt der Druck möglichst schnell und unmittelbar zu berichten (Tambini 2015: 129).

Insgesamt zeigen sich also auch im Bereich der Wirtschaftsberichterstattung verschiedene *Komplementaritäts-, Konkurrenz- und Integrationsbeziehungen zwischen traditionellen Massenmedien und genuinen Online-medien*. In vielen Aspekten, wie der Berichterstattung über Nischenthemen und der Beachtung alternativer Akteure ergänzen Wirtschaftsmedien im Internet den Diskurs traditioneller Massenmedien (*Komplementär*). Die Studie von Chen, De, Hu und Hwang (2012) zeigt beispielsweise, dass Meinungen und Kommentare in Social-Media-Angeboten das Verhalten von Investoren beeinflussen können und Finanzanalysten wertvolle Zusatzinformationen liefern können. Die wirtschaftlichen Fachöffentlichkeiten selbst können für Wirtschaftsjournalisten eine wertvolle Quelle und Fundgrube für Experten darstellen. In einigen Ländern kann das Internet auch den Wegfall einzelner Wirtschaftsmedien aufgrund schwieriger ökonomischer Bedingungen des Mediensystems kompensieren. Gerade im Kontext

der europäischen Krisenländer lassen sich hierfür Beispiele finden. So waren Journalisten in Griechenland einerseits von den sich immer weiter verschlimmernden ökonomischen Bedingungen betroffen und andererseits auch von einem Rückgang der Pressefreiheit. Einige wandten sich daraufhin über das Internet überwiegend in Form von Blogs und Newsplattformen an die Mediennutzer (Michailidou/Trenz/de Wilde 2014: 104-106).

Daneben hat das Internet für wirtschaftlich interessierte Nutzer auch einige Vorteile zu bieten, die zu einer gewissen Verdrängung des traditionellen Wirtschaftsjournalismus führen können (*Konkurrenz*). Insbesondere im Bereich der Finanzmarktberichterstattung zeigt sich beispielsweise durch die Permanenz und hohe Dynamik der Wirtschaftsberichterstattung im Internet ein Aktualitätsvorteil (Moss 2009b). In Bezug auf die Reichweite sind die traditionellen Massenmedien nach wie vor wesentlich erfolgreicher (Mast 2012: 103). Außerdem sind traditionelle Massenmedien häufig in starrerem Redaktionsstrukturen gefangen, während im Internet potenziell flexibler und dynamischer publiziert werden kann. Auch die ressourcenärmeren Produktionsmöglichkeiten im Internet können ein Vorteil sein.

Vielfach bestehen aber enge Integrationsbeziehungen zwischen traditionellen Wirtschaftsmedien und Wirtschaftsangeboten im Internet (*Integration*). Aus den wenigen empirischen Publikationen zu diesem Bereich lässt sich ableiten, dass auch im Bereich der Wirtschaft Publikationen klassischer Akteure aus den Printmedien und dem Rundfunk die Angebotspalette dominieren, allen voran Internetableger der reichweitenstarken Wirtschaftsmedienmarken wie Tageszeitungen, Wirtschaftsmagazine und Fernsehnachrichtenanbieter (Mast 2012: 109). Das Ausmaß der „originären Wirtschaftsberichterstattung im Internet ist begrenzt und nur zehn bis 25 Prozent der Inhalte werden exklusiv für die Internetangebote produziert“ (Dogruel/Reineck/Beck 2010). Bei den meisten Inhalten handelt es sich um die Zweitverwertung von Inhalten klassischer Massenmedien. Für Boulevardzeitungen gilt, dass rund ein Drittel aller Wirtschaftsbeiträge sowohl für die Print- als auch für die Onlineausgabe verwendet wird (Beck/Berghofer/Dogruel/Greyer 2012: 179). Als Gründe hierfür können vor allem die geringere Ressourcenausstattung der Internetredaktionen und die primär auf innovative Themen und weniger auf den Verbreitungskanal fokussierte Verwertungsstrategie der Medienmarken angeführt werden (Dogruel/Reineck/Beck 2010). Auch wenn auf anderen Plattformen wie beispielsweise Blogs originäre Inhalte angeboten werden, erzielen hier vor allem die in große Medienmarken integrierten Angebote relevante hohe Reichweiten (Dogruel/Reineck/Beck 2010). Zusätzlich findet im Internet zu einem gro-

ßen Anteil Meta- und Anschlusskommunikation über die Wirtschaftsberichterstattung der traditionellen Massenmedien statt. Im Internet können andere Journalisten und Nutzer die tägliche Wirtschaftsberichterstattung unmittelbar kommentieren und kritisieren (Schiffrin 2015: 29).

Im Kontext der *Berichterstattung zur GWFK* spielte das *Internet* eine wichtige Rolle. Gerade auch der Vertrauensverlust in die Kompetenz des Wirtschaftsjournalismus und die Berichterstattung der traditionellen Wirtschaftsmedien ließ viele Mediennutzer in dieser Zeit eines hohen Orientierungs- und Informationsbedarfs im Internet nach Informationen suchen (Rainie/Smith 2009; Schifferes 2015: 162). Als Quelle für Informationen über die wirtschaftliche Lage und Entwicklungen gewann es massiv an Bedeutung. Meist wurde das Internet allerdings als zusätzliche Quelle zu den traditionellen Massenmedien genutzt. Eine Umfrage des Pew Research Center ergab, dass für die US-amerikanischen Onliner das Internet als Informationsquelle zur Finanzkrise hinter dem Rundfunk mit den Printmedien um den zweiten Rang konkurrierte (Rainie/Smith 2009: 38-40). Eine repräsentative Umfrage in Großbritannien aus dem Jahr 2012 wies das Internet sogar als zweitbeliebteste Nachrichtenquelle zur Krise aus, hinter der Fernsehberichterstattung aber noch vor den Printmedien (Schifferes 2015: 159). Die Mediennutzer kombinierten bei ihrer Informationssuche zur Krise meist verschiedene Quellen miteinander, wobei das Internet ein wichtiges Gegengewicht zur Berichterstattung der traditionellen Massenmedien⁷⁰ darstellte (Rainie/Smith 2009: 40-42). Viele der Befragten gaben zu, dass die Internetinformationen ihre Perspektive auf die GWFK verändert und beeinflusst haben. Im Allgemeinen gaben sie an, dass sich ihr Verständnis der komplexen Vorgänge im Rahmen der Krise durch das Internet verbessert hätten (Rainie/Smith 2009: 47-49).

Einerseits bescherte die GWFK unter anderem den Wirtschafts- und Finanzportalen im Internet einen *regen Nutzungszuwachs*, andererseits litten die Online- genau wie die Offline-Wirtschaftsmedien unter dem *Rückgang der Werbeinvestitionen* (Schader 2008). Durch die Möglichkeiten der direkten Kommunikation mit Experten im Internet gelangten Interessierte an authentischere Informationen. Hier fanden die Bürger Sichtweisen und Positionen abseits des Wirtschaftsmainstreams, der im Rahmen der GWFK ein Systemversagen von erschreckendem Ausmaß offenbarte. Dabei lassen sich

⁷⁰ Diese Gegenüberstellung ist allerdings mit Vorsicht zu betrachten. Bei vielen der Internetquellen, die die Befragten bei der Beantwortung der Fragen im Hinterkopf hatten, handelt es sich vermutlich um Ableger traditioneller Massenmedien mit zweitverwerteten Inhalten.

wieder die verschiedenen Phasen der Krise unterscheiden. Zahlreiche Warnungen im Vorfeld der GWFK wurden zunächst im Internet publiziert. Soziale Bewegungen wie beispielsweise Attac wiesen auf die wirtschaftlichen Fehlentwicklungen hin (Kädtler 2014: 189). Auch verschiedene Blogs prognostizierten Teilaspekte der Krise.⁷¹ Unter anderem durch die geringen Reichweiten, die die meisten Wirtschaftsmedien im Internet erzielten, wurden derartige Warnungen aber gar nicht oder zu wenig beachtet. Der Expertendiskurs wurde zu wenig von der breiteren Öffentlichkeit wahrgenommen, sodass ein Spill-over dieser alternativen Informationen in die traditionellen Massenmedien nur selten gelang. Dabei ist die Sichtbarmachung von Expertenwissen und -diskursen eine entscheidende partizipative Leistung des Internets (Kapitel 3). Nach Ausbruch der Krise warben diese Propheten mit ihrer Expertise.

Im Verlauf der GWFK fanden Mediennutzer im Internet alternative Sichtweisen und vielfach auch *tiefgründigere Diskussionen und Analysen*. Während die traditionellen Massenmedien sich auf das Tagesgeschehen konzentrierten fanden im Internet vertieft Hintergrunddiskussionen statt. Die Ursachen und Schuldigen für die Krise wurden dort benannt und verschiedene Maßnahmen zur Lösung der Krise und ihre Effektivität diskutiert. Gerade für Wirtschaftswissenschaftler bot sich im Internet eine Plattform ihre Auseinandersetzung öffentlich vor Publikum auszutragen. Die traditionelle Medienberichterstattung über die GWFK selbst wurde ebenfalls im Internet intensiv diskutiert und bewertet. Gleichzeitig wurden über das Internet aber auch populistische Sichtweisen verbreitet. Außerdem bot sich im Internet die Möglichkeit in dieser unsicheren Phase den Diskurs sowie die diskutierten und umgesetzten Maßnahmen in anderen Ländern zu beobachten und sich gegebenenfalls daran zu orientieren.

Der *Forschungsstand* zur öffentlichen Kommunikation über die GWFK im Internet ist sehr spärlich und deckt bei weitem nicht das ganze Spektrum der Angebote und Vermittlungsformen im Internet ab. Die meisten Studien fokussieren entweder auf die Internetauftritte von *sozialen Bewegungen* oder auf die Berichterstattung in *Internetablegern traditioneller Massenmedien*. Nur wenige berücksichtigen partizipative Vermittlungsformen (z. B. Baden/Springer 2014). Transnationale Kritik an der Politik und dem Wirtschaftssystem stammte wenig überraschend auch im Internet im Kontext der GWFK meist aus den Reihen finanz- und wirtschaftskritischer sozialer Bewegungen (Grusin 2014: 225; Mörtenböck/Mooshammer 2014: 212).

⁷¹ Das unkritische Herdenverhalten, für das der Wirtschaftsjournalismus in den Jahren vor der Krise kritisiert wird, fand durchaus auch im Internet statt. Auch dort warben Analysten und Ökonome für undurchsichtige Finanzprodukte.

Groshek und Al-Rawi (2015) untersuchten Diskurse auf Twitter zur Eurokrise und Austeritätsmaßnahmen. Sie fanden gerade in diesem thematischen Kontext engagierte und intensive Diskussionen unter jungen Internetnutzern. Darüber hinaus überprüften sie den potenziellen Zusammenhang zwischen Offline-Protesten in der EU und der Nutzung von Online- und mobilen Medien. Sie fanden Hinweise darauf, dass eine derartige Mediennutzung politische Partizipation befördert (Gil de Zuniga 2015: 3157). Zahlreiche Studien beschäftigen sich mit einzelnen sozialen Bewegungen im Zusammenhang mit der Krise, allen voran Occupy (z. B. Gerbaudo 2012; Gaby/Caren 2012; Castells 2012; Bennett/Seeger/Walker 2014; Fuchs 2014b; Karpf 2014; Croitoru/Wayant/Crooks/Radzickowski/Stafnidis 2015). Gerade im Kontext sozialer Bewegungen und der GWFK verweisen zahlreiche Studien auf das transnationale Potenzial des Internets (Bennett/Seeger/Walker 2014; Sloam 2014: 218; Kluver 2015: 569). Die Studien, die Internetableger traditioneller Massenmedien untersuchen beschäftigen sich meist mit Fragestellungen zur Akteursvielfalt oder der Art und Qualität des Diskurses. Die Ergebnisse der Analyse von Michailidou, Trenz und de Wilde (2014) von Internetablegern von Nachrichtenmedien aus acht europäischen Ländern zeigen, dass sich im Zusammenhang mit der Eurokrise vor allem die vermeintlichen Opfer der Krise im Internet Gehör und Sichtbarkeit verschafft haben und sich dort gegenseitiger Solidarität versichern.

Die *Berichterstattung* erfolgt auch im Internet überwiegend *aus einem nationalen Blickwinkel*, wobei alltägliche Politik im Vordergrund steht und weniger grundlegend über Demokratieaspekte diskutiert wird (Michailidou/Trenz/de Wilde 2014: 107-111). Hier bestätigen sich die Befunde früherer Studien zur Internetkommunikation in Krisenzeiten, die auf den nationalen Charakter von Webinhalten verwiesen hatten (Soffer 2013: 60). Hinsichtlich der *Diskursqualität* ermitteln sie ein umfassendes Spektrum von ernsthafter und respektvoller Auseinandersetzung bis hin zu hasserfüllten und populistischen Beiträgen. Die Zielscheiben der Frustrierten sind Banker, gesellschaftliche Eliten, die EU und andere Nationen (Michailidou/Trenz/de Wilde 2014: 144-147).

Bähr (2009) findet keine großen Unterschiede zwischen der Berichterstattung zur GWFK in deutschen Offlinemedien und ihren Internetablegern, einzig der Hang zum *Negativismus* scheint im Internet noch stärker zu sein. Auch Buhl (2014) ermittelt unter anderem während der Eurokrise Agenda-Setting-Effekte der traditionellen Massenmedien auf Social-Media-Angebote, insbesondere politische Blogs. Analog dazu zeigt die Studie von Ba-

den und Springer (2014) zum Framing in Onlineablegern klassischer Massenmedien und den dazugehörigen Nutzerkommentaren ebenfalls keine nennenswerten Unterschiede. Die Ergebnisse dieser drei Studien sprechen dafür, dass sich tatsächliche partizipative Vermittlungsstrukturen und alternative Sichtweisen im Zuge der Krise, wenn überhaupt, dann eher in anderen Internetformaten wie Blogs und weiteren Social-Media-Angeboten abspielen.

Um einen Ländervergleich der öffentlichen Internetkommunikation über die GWFK anstellen zu können, liegen bislang noch zu wenige komparative Studien vor. Es finden sich sowohl Hinweise auf transnational integrierende Prozesse (Michailidou/Trenz/de Wilde 2014: 100) als auch auf national fragmentierende Entwicklungen.

5.3.3 Wirtschafts- und Finanzblogs und die Berichterstattung zur GWFK

Einen *essentiellen Beitrag zur öffentlichen Wirtschaftskommunikation im Internet und auch zur öffentlichen Kommunikation über die GWFK* leisten WiFi-Blogs. Sie liefern besondere Bedingungen für das Entstehen einer transnationalen Netzwerköffentlichkeit im Internet, weshalb sie als zentraler Analysegegenstand der vorliegenden Arbeit ausgewählt wurden, weshalb sie als zentraler Untersuchungsgegenstand in dieser Arbeit ausgewählt wurden. In diesem Kapitel wird der Forschungsstand zu WiFi-Blogs dargestellt mit dem Ziel eine eigene Definition herauszuarbeiten.

Laut Roush (2015: 25) handelt es sich bei WiFi-Blogs um *eine Spezialform von Experten- und Themenblogs* (Kapitel 3.4). Die Erforschung von WiFi-Blogs ist sowohl in den Wirtschaftswissenschaften als auch in der Kommunikationswissenschaft ein absolutes *Nischenphänomen*. Die Rolle von Internet- und Social-Media-Angeboten als zusätzlichen Kommunikationskanälen für die Wirtschaft und insbesondere die Finanzmärkte ist trotz ihrer zunehmenden Bedeutung in beiden Disziplinen vernachlässigt worden (Saxton/Anker 2013: 1056). Mittlerweile haben sich entsprechende Angebote, unter anderem auch WiFi-Blogs, längst als *fester Bestandteil des Informationsquellenmix von Wirtschaftsakteuren weltweit* etabliert (Hohlfeld/Dörsam 2008: 97; Mata 2011: 514; Saxton/Anker 2013: 1056, 1065).

Die wenigen Studien zu WiFi-Blogs liefern aber jeweils wichtige Informationen zu diesem Online-Angebot.⁷² Eine brauchbare, klare Definition und Abgrenzung des Untersuchungsgegenstands bleiben sie allerdings schuldig. Die wenigen *Definitionsversuche* variieren stark, vor allem hinsichtlich der Tatsache, wie eng oder weit sie das Feld dieser Blogs abstecken. Bei vielen dieser Definitionen handelt es sich um *reine Merkmalsbeschreibungen*: „Financial blogs contain information, news, commentaries, opinions, company analyses, and stock recommendations from a variety of contributors including investors, executives, analysts, journalists, and academics.“ (Saxton/Anker 2013: 1057; siehe auch Saxton 2012). Als Anbieter dieser Blogform nennen sie sowohl Einzelpersonen als auch kollektive Akteure bis hin zu größeren Organisationen, wie Unternehmen, Vereinen, sozialen Bewegungen, professionelle Finanzmarktanalysten, die bei Finanzmarktinstituten, Unternehmen oder Think Tanks angestellt sind, und Amateuranalysten (Saxton/Anker 2013: 1057). Hohlfeld und Dörsam (2008) zählen im Rahmen ihrer Studie anstelle einer Definition für WiFi-Blogs⁷³ lediglich allgemeine Charakteristika von Themenblogs auf wie Frequenz, Periodizität, Vernetzung, Kommunikabilität, Interaktivität und Kontroversität der Inhalte. Als thematischen Fokus der Blogs nennen sie den Bereich Börse und Finanzen (Hohlfeld/Dörsam 2008: 99-100). Sie verweisen darüber hinaus auf die teilweise enge Verzahnung von WiFi-Blogs mit dem Wirtschaftsjournalismus. Weil den Themen Wirtschaft, Börse und Finanzen auch jenseits einer internetaffinen, jungen Technikavangarde Beachtung geschenkt wird, fiel die Leserschaft dieser Blogs größer aus, als beispielsweise die von persönlichen Tagebuchblogs oder auch anderen Themenblogs (Hohlfeld/Dörsam 2008: 98).

Funktionen von WiFi-Blogs werden in allen Definitionsversuchen erst an zweiter Stelle bestimmt. Als eine häufige Funktion dieses Blogformats wird die Verwendung als *Marketinginstrument* genannt, das entweder seinem in-

⁷² Der Forschungsstand lässt sich in zwei Gruppen einteilen: Studien, welche die Wirkung von WiFi-Blogs auf Börsen- und Aktienkursentwicklungen analysieren (*WiFi-Blogs als Wirkungsursache (Erklärungsfaktor) (1)*) (z. B. Saxton/Anker 2013). Und Studien, welche die Kommunikation in WiFi-Blogs als Ergebnis von bestimmten Prozessen und Indikator für bestimmte Phänomene untersuchen (*WiFi-Blogs als Indikator (Erklärungsgegenstand) (2)*) (Hohlfeld/Dörsam 2008).

⁷³ Sie behaupten sogar, dass sich Blogs generell, und somit auch WiFi-Blogs, nicht eindeutig definieren ließen, weil sie „formal, inhaltlich, thematisch und funktional derart diversifiziert sind, dass man phänomenologisch eher von einem Umbrella-Begriff ausgehen“ (Hohlfeld/Dörsam 2008: 107) müsse. Dementsprechend unsystematisch und unbegründet ist auch die Auswahl der Blogs für ihre Studie.

dividuellen Autor oder der dahinterstehenden Organisation Prestige verschaffen, eine Marke etablieren oder Kunden erreichen soll (Saxton/Anker 2013: 1057; Schmidt-Beck 2014: 160). Das Internet bietet wenig überraschend auch im Bereich der Wirtschaft den einzelnen Akteuren ideale Bedingungen zur *Selbstdarstellung* (Mast 2012: 305). Insbesondere für *Wirtschaftswissenschaftler* sind Blogs eine effiziente Vermarktungsplattform ihrer Publikationen sowie ihres eigenen wissenschaftlichen Prestiges (Mata 2011; McKenzie/Özler 2011; Fleury/Marciano 2013). Wirtschaftswissenschaftler nutzen Blogs aber auch um eigene Ideen und Theorien zu testen und zu diskutieren, ohne dabei an die strengen, institutionalisierten Vorgaben der Wissenschaft gebunden zu sein (Fleury/Marciano 2013: 271; Mata/Medema 2013: 15). Auch wenn Blogs theoretisch unbegrenzt Platz für tiefgehende Analysen und Diskussionen zur Verfügung stellen, sind selbst die Beiträge der Wirtschaftswissenschaftler dort *weniger elaboriert und tendenziell eher auf Unterhaltung ausgerichtet* (Mata/Medema 2013: 16-17).

Abgesehen von den wirtschaftswissenschaftlichen Beiträgen produzieren Finanzblogs *originäre Marktinformationen*, geben *Kauf- und Handlungsempfehlungen* und *prognostizieren Marktentwicklungen*. (Saxton/Anker 2013: 1057-1058). Die Blogs nehmen dabei stark *Bezug auf die traditionelle Wirtschaftsberichterstattung im Netz*. Viele Finanzmarktanalysten sehen in Blogs eine Art *Clipping* oder Zusammenfassung der relevantesten Informationen aus der Wirtschaftsberichterstattung (Carter/Hua/Pichardo 2008; Rainie/Smith 2009: 49; Averbek-Lietz/Hepp/Venema 2015: 5).

Grob lassen sich in Anlehnung an die verschiedenen beschriebenen Funktionen *zwei Arten von WiFi-Blogs* unterscheiden, wobei sich die verschiedenen Funktionen auch gern vermischen. Ein Großteil der WiFi-Blogs, insbesondere diejenigen, die von Wirtschaftswissenschaftlern geführt werden, konzentrieren sich vor allem auf *die Vermittlung von wirtschaftlichem Wissen*. Einen zweiten großen Bereich stellen WiFi-Blogs mit einer konkreten *Nutzwertausrichtung* dar, indem sie Kauf-, Anlage- oder Spartipps geben. Die Frühwarnfunktion vor Fehlentwicklungen traditioneller Massenmedien wurde teilweise auch im Kontext von WiFi-Blogs erfüllt, stellt aber keinen eigenen Blogbereich dar.⁷⁴

Vor dem Hintergrund der allgemeinen Blog-Definition (Kapitel 3.4), der zuvor beschriebenen Definitionsversuche von WiFi-Blogs sowie der von

⁷⁴ Andere Versuche WiFi-Blogs in verschiedene Bereiche einzuteilen sind noch wesentlich differenzierter und zeigen die große Heterogenität dieses Blogformats (z. B. die Mindmap der deutschen Wirtschaftsblogs des BlickLog-Autors Dirk Elsner (2014)).

Mast (2012) vorgeschlagenen dreiteiligen Definition von Wirtschaftsberichterstattung (Kapitel 5.2.1) werden *WiFi-Blogs im Rahmen dieser Arbeit definiert*, als eine Spezialform von Themenblogs, die sich mit dem sehr umfassenden Themenbereich der Wirtschaft und Finanzen beschäftigen (*Gegenstand*).⁷⁵ Demnach besitzen sie die grundlegenden Merkmale von Blogs, wie chronologisch absteigende Postings versehen mit Permalinks, der Kommentarfunktion, einer Blogroll etc. (*Formale Merkmale*) (Kapitel 3.4), und stellen Informationen, Neuigkeiten, Kommentare, Meinungen, Unternehmens- und Marktanalysen, Börsenempfehlungen, Analysen von Aktienindizes bereit und versorgen gelegentlich auch ein heterogenes Publikum mit wirtschaftswissenschaftlichen Überlegungen und ökonomischen bzw. wirtschaftspolitischen Handlungsempfehlungen (*Funktionen*).

Das Angebot *kombiniert* also *journalistische Normen und Standards*, die *Besonderheiten der Wirtschafts- und Finanzberichterstattung*, wie der ambivalenten Zielgruppe oder dem Anspruch komplexe wirtschaftliche Zusammenhänge verständlich zu vermitteln, die *Charakteristika des Internets bzw. des Internetjournalismus*, wie Moderation und Navigation bereits veröffentlichter Inhalte und *die Spezifika der Blogkommunikation*, wie Subjektivität, Verlinkungen, Kommentare, eher kurze Beiträge und eine stärkere Ausrichtung auf unterhaltende Vermittlungsformen. Die Informationsvermittlung in WiFi-Blogs umspannt *das gesamte Spektrum wirtschaftsjournalistischer Berichterstattung* (Kapitel 5.3). Sie reicht also vom wirtschaftlichen Fachjournalismus über eine Special- und General-Interest-Orientierung hin zu verschiedenen unspezifischen Formen der Berichterstattung über Wirtschaftsthemen.

Die Wirtschafts- und Finanzblogosphäre gleicht hinsichtlich vieler Aspekte anderen Themenblogosphären wie den politischen Blogs. Ihre Besonderheiten entstehen aber aus den Charakteristika der Wirtschaftsöffentlichkeit (Kapitel 5.3). Besonders der konstante Versuch Marktentwicklungen und Käuferverhalten zu antizipieren ist ein Alleinstellungsmerkmal (Saxton/Anker 2013: 1067). Gerade im engeren Kreis der Finanzblogs geht es zumeist auch um richtige und falsche Vorhersagen des Marktgeschehens.

Die *Anbieter* von WiFi-Blogs sind genauso vielfältig wie ihr Publikum. Sie können von Investoren, Unternehmern, Börsenmaklern, Analysten, Wirtschaftswissenschaftlern, sozialen Bewegungen (mit Wirtschaftsschwerpunkt), Wirtschaftsjournalisten oder einfachen Bürgern betrieben

⁷⁵ Als solche sind sie explizit abzugrenzen von persönlichen Tagebuchblogs und Corporate Blogs, die Bestandteil der privaten Kommunikation bzw. der strategischen Kommunikation von Unternehmen sind (Hohlfeld/Dörsam 2008: 96).

werden.⁷⁶ Auch wenn vereinzelt wirtschaftliche Laien am Finanzblogdiskurs teilhaben, handelt es sich bei den Anbietern *in großer Mehrzahl um Experten*. Ihr Expertentum kann sich dabei entweder auf das Teilsystem Wirtschaft oder auf das Teilsystem Journalismus beziehen. Es gibt folglich professionelle Journalisten, die über Wirtschafts- und Finanzthemen schreiben bezüglich derer sie kein Expertenwissen besitzen. Und umgekehrt gibt es bloggende Wirtschafts- und Finanzexperten, die hinsichtlich journalistischer Praktiken, Normen und Standards Laien sind. Nur sehr wenige WiFi-Blogger sind professionelle Journalisten mit einem detaillierten wirtschaftlichen Expertenwissen.

Dadurch besteht die Gefahr, dass es sich bei ihrer Bloggertätigkeit weniger um *partizipativen Journalismus* als vielmehr um *spezielle Interessenvertretung* und *strategische Kommunikation* handelt (Averbeck-Lietz/Hepp/Venema 2015: 5-6). Der Deutsche Presskodex enthält beispielsweise explizite Richtlinien zu Doppelfunktionen von Journalisten und für die Wirtschafts- und Finanzmarktberichterstattung. Übt ein Journalist neben seiner publizistischen Funktion noch eine weitere Funktion in einer Regierung, Behörde oder auch Unternehmen aus, muss auf die strikte Trennung dieser beiden Tätigkeiten geachtet werden. Etwaige Interessenskonflikte sind zumindest transparent zu machen. Außerdem dürfen Journalisten wirtschaftliche Informationen, die sie im Rahmen ihrer publizistischen Tätigkeit gewinnen ausschließlich für diese nutzen und nicht um privaten ökonomischen Gewinn zu erzielen. Darüber hinaus dürfen Journalisten keine Wertpapiere besitzen oder erwerben, über die sie berichten bzw. deren Kursentwicklung durch ihre Berichterstattung beeinflusst werden könnte. Im Kontext von WiFi-Blogs kann bezweifelt werden, dass derartige Normen eingehalten werden (Tambini 2015: 135). Gerade Blogger ohne journalistischen Hintergrund, die sich selbst auch nicht als Journalisten betrachten, folgen diesen Regeln eher nicht.⁷⁷

Neben den journalistischen Normen fallen in WiFi-Blogs auch die *Qualitätskontrollmechanismen der traditionellen Medien* weg. Dennoch sind WiFi-Blogger nicht völlig frei von jeglicher Kontrolle. *Andere Blogger und*

⁷⁶ Banken und Bankinstitute wären ebenfalls denkbare Anbieter, allerdings würde es sich bei ihren Blogs eher um Corporate Blogs handeln. Außerdem erschweren ihnen die nationalen Finanzdienstleistungsaufsichtsbehörden sich an Debatten in Blogs und anderen Social-Media-Angeboten zu beteiligen (Bell 2007: 57).

⁷⁷ Gerade die vielen bloggenden Wirtschaftswissenschaftler sind hiervon nicht auszunehmen. Nouriel Roubini beispielsweise betreibt neben seiner Lehrtätigkeit für die New York University eine eigene Prognosefirma.

Leser übernehmen vielfach die Qualitätskontrolle. Finanzblogger sind überwiegend daran interessiert eine treue Nutzerbasis aufzubauen, die zumeist ebenfalls aus wirtschaftlich versierten Personen besteht. Ein zu starker Fokus auf Eigeninteressen und die Verbreitung von falschen Informationen werden mit Nutzerschwund bestraft (Carter/Hua/Pichardo 2008). Daher bestehen starke Anreize, richtige, verlässliche und nützliche Informationen zu verbreiten (Saxton/Anker 2013: 1057).

Hinter diesen Anbieter- und Publikumsrollen können sich je *individuelle oder kollektive Akteure* verbergen, wobei die meisten WiFi-Blogs von individuellen Akteuren angeboten werden. Alle Blogs sind dabei zumindest von einem Mindestmaß an *Subjektivität* geprägt. Auch wenn die Blogger Anleihen an journalistischen Qualitätsstandards nehmen, schreiben sie doch aus ihrer eigenen Perspektive (Hohlfeld/Dörsam 2008: 96). Dabei ist die überwältigende Mehrheit der WiFi-Blogger männlich. Interessant ist in diesem Zusammenhang auch die Feststellung, dass während Anonymität in politischen Blogs oder Online-Tagebüchern weitestgehend akzeptiert wird, anonymen Autoren in der Wirtschaftsblogosphäre tendenziell eher misstraut wird (Mata 2011: 520). WiFi-Blogs können unentgeltlich oder profitorientiert geführt werden, wobei einige „high-quality blogger“ (Saxton/Anker 2013: 1057) von ihrer Bloggertätigkeit durchaus leben können. Wie andere Blogs auch, werden sie über die klassischen Bloghoster und -plattformen angeboten, oder sind in das Onlineangebot von Massenmedien integriert. Vereinzelt werden sie aber auch über individuelle Websites betrieben.

Im Internet und vor allem in dem sehr zugangsoffenen Format der Blogs kann schnell und fließend *zwischen Leistungs- und Publikumsrolle gewechselt* werden (Kapitel 3.1). Daher entsprechen die oben beschriebenen *Anbieter von WiFi-Blogs* gleichzeitig verschiedene *Nutzergruppen des Blogformats*.⁷⁸ Die Nutzer von WiFi-Blogs können genau wie diejenigen traditioneller Massenmedien zwischen verschiedenen Rollen wechseln (Mast 2012: 113-115). Sie können eine private Alltagsrolle (Eltern, Partner etc.) einnehmen, aus der Perspektive des Staatsbürger (Wähler, Steuerzahler, Teil der Zivilgesellschaft) Inhalte rezipieren, oder als beruflicher Entscheider (Manager, Führungskraft einer Organisation) oder ökonomischer Experte (Börsenhändler, Marketingleute, Banker, Finanzexperten, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater und Fondsmanager) Blogs nutzen. Zusätzlich können Blognutzer noch eine ökonomische Laienrolle einnehmen, beispielsweise als private Anleger, Verbraucher und Arbeitnehmer. Darüber

⁷⁸ Langenohl und Wetzel (2014: 12) weisen darüber hinaus auf die finanzmarktspezifische Besonderheit hin, dass dort „das beobachtende Publikum mit dem handelnden Publikum zusammenfallen kann“.

hinaus beobachten sich Wirtschaftsblogger gegenseitig. (Wirtschafts-)Journalisten und Wirtschaftswissenschaftler lesen die Blogs ihrer Kollegen (Averbeck-Lietz/Hepp/Venema 2015: 6). Die Vermischung von Leistungs- und Publikumsrolle betrifft beide gesellschaftlichen Teilsysteme, den Journalismus und die Wirtschaft, gleichermaßen. In all den oben genannten Rollen können Akteure als Kommunikator oder Rezipient auftreten. Außerdem sind sie auf der einen Seite Leistungsgeber und auf der anderen Seite Leistungsempfänger des Wirtschaftssystems. Eine Grenzziehung ist hier nicht immer trennscharf möglich und Grenzgänger zwischen Wirtschaft, insbesondere Finanzmarkt, und Mediensystem haben eine lange Tradition im Wirtschaftsjournalismus (Schmidt-Beck 2014: 157-161).

Genauso wenig wie es umfassende und verlässliche Angaben zu ihrer Anzahl gibt, existieren Informationen zu der *Nutzung von WiFi-Blogs*. Aus verschiedenen Studien lassen sich allenfalls Fragmente zusammentragen. Eine Umfrage des Pew Research Center ergab, dass 30 Prozent der US-amerikanischen Onliner (23 Prozent der Gesamtbevölkerung der USA) 2008 im Internet ökonomische Informationen nutzten. Die Nutzerzahlen der 150 US-amerikanischen Top-Blogs, die in der Studie von Saxton und Anker (2013: 1057) untersucht wurden, variierte von 9.000 monthly unique visitors für den Blog GraceCheng.com über 85.000 monthly unique visitors für The Kirk Report bis zu 2,6 Millionen monthly unique visitors von Seeking Alpha. Aber auch wenn gemäß der „Long Tail“-Verteilung der Großteil der WiFi-Blogs nur von einem kleinen Publikum gelesen wird, kann die Wirtschafts- und Finanzblogosphäre insgesamt auf eine große, treue und engagierte Nutzerschaft zurückgreifen (Saxton/Anker 2013: 1057). Blogs erzielen vor allem dann hohe Reichweiten, wenn sie in ein professionelles Medienangebot eingebunden sind (Dogruel/Reineck/Beck 2010: 238; Hohlfeld/Dörsam 2008: 104-106). Trotz der meist geringen Reichweite scheinen WiFi-Blogs im Vergleich zu anderen Internetangeboten ein großes Vertrauen bei ihren Nutzern zu genießen. Eine Marktforschungsstudie ermittelte, dass Blogs hinter Zeitungsartikeln und den Berichten anderer Kunden die drittgläubwürdigste Quelle von Anlegern sind (Bell 2007: 56).

WiFi-Blogs müssen, genau wie andere Themenblogarten, als *Bestandteil einer größeren Offline- und Online-Medienlandschaft* betrachtet werden. Sie interagieren mit einer Vielfalt anderer Angebote und Formate. Sie beziehen sich in ihren Inhalten vielfach auf die Berichterstattung der traditionellen (Wirtschafts-)Medien, die sie bewerten und kritisieren oder um tiefere *Analysen und Diskussionen ergänzen*. Gerade für Wirtschaftswissenschaftler sind Blogs ein nützlicher Kontakt- und Feedbackkanal zu den tra-

ditionellen Massenmedien (Mata 2011: 515). WiFi-Blogs kompensieren dabei, neben anderen Internetangeboten, die *Defizite der traditionellen Wirtschaftsberichterstattung* hinsichtlich Investigation, Diskussion und Tiefgang (Mata/Medema 2013: 15-16). Gerade die unabhängigen WiFi-Blogs bringen neue Ideen in den Diskurs ein, abseits des Mainstreams der wirtschaftlichen öffentlichen Diskussion (Carter/Hua/Pichardo 2008).

Insbesondere *als Kollektiv schließen Finanzblogs Nachfragelücken* in Bezug auf Informationen, die von den traditionellen Massenmedien meist aufgrund von Ressourcenknappheit nicht bereitgestellt werden (Saxton/Anker 2013: 1065). Hierunter fallen beispielsweise Informationen über kleine und mittelgroße Unternehmen und Finanzinstitute oder Echtzeitkommunikation zu aktuellen Wirtschaftsnachrichten (Saxton/Anker 2013: 1057-1058). Dennoch sind auch WiFi-Blogs nach wie vor *nur eine Ergänzung und kein Ersatz* für die traditionelle Wirtschaftsberichterstattung. Sie liefern keine vollständige Berichterstattung. Blogger selbst erheben weder diesen Anspruch, noch ordnen sie ihren Blogs einen solchen Stellenwert zu (Carter/Hua/Pichardo 2008).⁷⁹

Insgesamt hat die Wirtschafts- und Finanzblogosphäre also einen großen öffentlichen Einfluss (Saxton/Anker 2013: 1065), wenn auch meist indirekt als Netzwerk und Diskussionsarena, die auch von Journalisten genutzt wird (Fleury/Marciano 2013: 276). Aber nicht nur die Wirtschaftsblogosphäre verweist auf die traditionellen Medien, sondern umgekehrt *nehmen auch traditionelle Medien auf WiFi-Blogs Bezug* und betrachten sie als wichtige Quelle alternativer Informationen und Zitate. Gerade Wirtschaftswissenschaftlern dienen Blogs auch als *Werbeplattform* für *andere Publikationen*, allen voran Bücher, und Vorträge. Viele nutzen Postings dazu um Ideen zu sammeln, zu testen und daraus später Bücher zu verfassen (Carter/Hua/Pichardo 2008). Umgekehrt dienen manche Blogs wie beispielsweise Freakonomics (New York Times) zur Fortführung der Diskussion rund um erfolgreiche Bücher (Mata/Medema 2013: 15).

Auch das *Zusammenspiel der WiFi-Blogs* untereinander gilt es differenziert zu betrachten. Längst nicht alle sind untereinander verbunden, sondern einige von ihnen formieren sich zu einzelnen Sphären. Die sichtbareren medienintegrierten WiFi-Blogs verweisen dabei oft auf unabhängige Blogs (McCormack 2008; Sheehy/Ji 2011: 5). Einerseits können sie also integrierend wirken und für mehr Vielfalt sorgen, andererseits verhindern sie, wenn

⁷⁹ Der Finanzberater Keith Black gab diesbezüglich gegenüber Journalisten zu Protokoll: „If someone asks [me] about a blog post, [I]’ll go check it out. But if someone asks [me] if [I’ve] read a certain article in the Wall Street Journal, ‘I’m embarrassed if I [haven’t read it].” (Carter/Hua/Pichardo 2008).

unverbunden, aber auch Diskussionen, verlieren sich in Details oder lenken vom Wesentlichen ab (Mata/Medema 2013: 15-16). WiFi-Blogs sind meist auch eng mit *anderen Social-Media- und Internetangeboten* verbunden. Über andere Social-Media-Kanäle sollen Nutzer auf den Blog geleitet bzw. die eigenen Inhalte verbreitet und vermarktet werden (Brinkmann 2011; Elsner 2011; Dumova 2012: 260-262; Jers 2012: 49). Der Blog ist dabei meist die zentrale Content-Plattform, während die anderen Angebote hauptsächlich für Marketing und Diskussion genutzt werden (Kapitel 3.4). WiFi-Blogs vereinen also die verschiedenen, im Rahmen dieser Arbeit relevanten Aspekte in einem Angebotsformat: Sie halten sich, zumindest teilweise, an journalistische Standards, spiegeln die Besonderheiten der Wirtschafts- und Finanzberichterstattung (z. B. ambivalente Zielgruppe, verständliche Vermittlung komplexer Sachverhalte) wider, sind dabei sowohl den Potenzialen als auch den Risiken der Internetöffentlichkeit (z. B. Moderation von Anschlusskommunikation; Navigation durch bereits veröffentlichte Inhalte) ausgeliefert und leisten einen Beitrag zum öffentlichen Diskurs unter den spezifischen Bedingungen des Blogangebots (z. B. Subjektivität, Verlinkungen, Kommentare, kurze Beiträge, starker Unterhaltungsfokus).

Umfassende Komparative Studien zu WiFi-Blogs existieren bislang noch nicht. Da es weder verlässliche Zahlen zur Anzahl von WiFi-Blogs in den einzelnen Ländern gibt, noch überall vergleichbare Studien zu diesem Blogformat vorliegen, muss ein *Ländervergleich*⁸⁰ anekdotisch bleiben:

Wie das Blogformat generell sind auch die ersten WiFi-Blogs in *den USA* entstanden. Dort sind auch die Wirtschaftsblogs mit der größten Reichweite weltweit zu verorten. Die ausgeprägteste, professionellste und vermutlich auch umfassendste Wirtschafts- und Finanzblogosphäre ist also in den USA zu finden, in enger Verzahnung mit anderen *englischsprachigen* Blogosphären. Daher wird die US-Wirtschaftsblogosphäre auch häufig als Benchmark herangezogen. Unter den US-A-List-Blogs finden sich viele WiFi-Blogs. Betrieben werden sie meist von Wirtschaftswissenschaftlern oder professionellen Finanzmarktakteuren und Unternehmern (Saxton/Anker 2013: 1057).

Bei den *Wirtschaftswissenschaftlern* handelt es sich überwiegend um ältere Ökonome, die sich in ihrem wissenschaftlichen Fach bereits einen Namen gemacht haben und somit gewisse Risiken in ihrer öffentlichen Kommunikation wagen können. Laut Mata (2011: 515-516; siehe auch Burstyn

⁸⁰ Der Fokus liegt hier aus pragmatischen Gründen erneut auf den englisch-, spanisch- und deutschsprachigen Blogräumen, die Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Studie sind.

2012) haben Wirtschaftswissenschaftler das Blogformat 2004 erst verhältnismäßig spät für sich entdeckt. Er unterscheidet *drei Generationen von bloggenden Ökonomen im englischsprachigen Raum*: Erstens starteten Gary Becker und Richard Posner Ende des Jahres 2004 ihren gemeinsamen Blog (Fleury/Marciano 2013: 267). Außerdem betrieben Mark Thoma und Paul Krugman seit 2005 je eigene Blogs in Kolumnenform, gefolgt von Gregory Mankiw und Robert Reich im Folgejahr. Zweitens entdeckten ab dem Jahr 2008 die traditionellen Massenmedien und die generelle Öffentlichkeit bloggende Ökonome, was primär auf den Ausbruch der GWFK zurückzuführen ist. Diese Entdeckung wurde begleitet von zahlreichen Neugründungen von Ökonomenblogs wie beispielsweise Baseline Scenario von Peter Boone (London School of Economics (LSE)) und Simon Johnson (Massachusetts Institute of Technology (MIT), Sloan School of Management). Auch die traditionellen Massenmedien fingen an WiFi-Blogs auf ihren Websites anzubieten, angeführt von den Blogs der New York Times Freakonomics und Economix: Explaining the Science of Everyday Life. Die New York Times beherbergt seitdem auch den Blog von Paul Krugman The Conscience of a Liberal (Mata 2011: 516). Für die dritte Generation von Ökonomenblogs führt Mata (2011) keinen genauen Zeitrahmen und keine expliziten Beispiele mehr an. Er beschreibt sie lediglich als sichtbarer, kollaborativer und basierend auf einer größeren Zahl heterogener Anbieter (Mata 2011: 516).

Neben den US-amerikanischen Blogs von berühmten Ökonomen, gehören zu den reichweitenstarken englischsprachigen Wirtschaftsbloggern der Börsenmakler Joshua Brown (The Reformed Broker seit 2008). Er sagt selbst, dass die Bloggründung eine Reaktion auf die Lügen und Verschleierungen auf dem Finanzmarkt waren und seinem Gefühl, dass die traditionellen Massenmedien die Geschehnisse nicht mehr verstanden (Burstyn 2012). Einen weiteren sehr erfolgreichen WiFi-Blog, The Big Picture, führt der Finanzmarktanalyst und Vermögensverwalter Barry Ritholtz. Zu der Riege gehört auch Dealbreaker von Bess Levin, eine der wenigen weiblichen WiFi-Bloggerinnen, ebenso wie Calculated Risk des Unternehmers Bill McBride (McCormack 2008). Unter den medienintegrierten US-Wirtschaftsblogs stechen Megan McArdle (The Atlantic), Felix Salmon (Reuters) und die Blogs der New York Times hervor (Burstyn 2012). Daneben sind in den USA auch Blogs beliebt, die viele verschiedene Mitwirkende auf einer Plattform vereinen. Dazu gehören Seeking Alpha⁸¹ oder Abnormal Returns von Tada Viskanta (McCormack 2008; Burstyn 2012).

⁸¹ Auf Seeking Alpha tragen über 4.000 Autoren Inhalte bei, wovon ca. 400 regelmäßig aktiv sind (Burstyn 2012).

Die Blogger zeigen insgesamt bei der Vermittlung der Inhalte eine große Unterhaltungsorientierung, aber auch vereinzelt Aspekte eines investigativen Journalismus, wenn die Blogger Originalquellen von Wirtschaftsinformationen ausfindig machen und für die Nutzer aufbereiten.

Deutschland besitzt im Vergleich zu den USA nur wenige etablierte Leit- und Meinungsführerblogs im Wirtschaftsbereich mit mehr als 1.000 Besuchern am Tag (Hohlfeld/Dörsam 2008: 96). Hinsichtlich der Anbieter herrschen eine größere Heterogenität und Vielfalt, was sich aber nicht in einer größeren inhaltlichen Breite niederschlägt. Im Vergleich zu den USA handelt es sich bei der deutschen Wirtschaftsblogosphäre eher um einen Fachöffentlichkeitsdiskurs (Hohlfeld/Dörsam 2008: 107). Es herrscht insgesamt unter deutschen Wirtschaftsakteuren eine geringere Bereitschaft und größere Skepsis ihr Wissen öffentlich zu teilen (Elsner 2011). Zwar dominieren auch in Deutschland Wirtschaftswissenschaftler die Blogosphäre, es handelt sich bei den Blogs aber stärker um Diskussionsplattformen in Stammtischform, als um die individuelle Selbstdarstellung und Vertretung von konkreten Positionen (Mussler 2012). Manche Ökonomenblogs sind dagegen „publizistische Schwergewichte“ auf dem Niveau von Einführungsvorlesungen der Volkswirtschaftslehre (Hohlfeld/Dörsam 2008: 108). Finanzmarktakteure sind in Deutschland nicht ganz so dominant wie in der englischsprachigen Blogosphäre, dafür engagieren sich eher auch Privatanleger und Einzelbürger als WiFi-Blogger. Da in Deutschland die gesamte Blogosphäre nicht stark ausgeprägt und das Blogformat selbst nicht besonders akzeptiert ist (Kapitel 4.5), ist es in Deutschland schwer sich als WiFi-Blogger ein gewisses Renommee zu erschreiben (Elsner 2011). Vielleicht liegt hierin auch der Grund für die größere Anonymität unter den deutschen WiFi-Bloggern (Brinkmann 2011). In Ihrer Gesamtheit weist die deutsche Wirtschaftsblogosphäre aber eine ähnliche Informationsqualität wie die englischsprachige auf (Hohlfeld/Dörsam 2008: 107; Elsner 2011).

Über die *spanische* Wirtschafts- und Finanzblogosphäre ist nur wenig bekannt. Es existieren bislang keine wissenschaftlichen Studien. Der Blick als Nutzer auf spanischsprachige WiFi-Blogs deutet auf eine größere Nutzwertorientierung mit praktischen Kauf- und Spartipps hin. Aufgrund der schwierigen wirtschaftlichen Lage des Landes engagieren sich insbesondere soziale Bewegungen in der spanischsprachigen Blogosphäre zu Wirtschaftsthemen.

Bei allen drei oben genannten Ländern scheint es *schwer die Wirtschafts- und Finanzblogosphäre ausschließlich aufgrund von nationalen Grenzen*

abzustecken. Vor allem innerhalb von *Sprachräumen* scheinen die Blogosphären eng zusammenzuhängen. Dabei orientieren sich meist die kleineren, wirtschaftlich und politisch schwächeren Länder an den stärkeren. In der englischsprachigen Wirtschaftsblogosphäre mischen sich beispielsweise Kanadier, Briten, Australier in den Diskurs ein. In der deutschsprachigen Wirtschaftsblogosphäre publizieren viele schweizerische und vereinzelt auch österreichische Blogs mit und die europäischen spanischsprachigen WiFi-Blogs werden von Blogs aus den südamerikanischen Ländern flankiert. Darüber hinaus gibt es *Hinweise darauf, dass sich die verschiedenen kulturellen und nationalen Wirtschafts- und Finanzblogosphären gegenseitig wahrnehmen.* Überwiegend wird dabei von anderen Nationen und Sprachräumen auf die US-amerikanische Blogosphäre und allen voran auf die US-amerikanischen A-List-Wirtschaftsblogs verwiesen, aber auch umgekehrt wird die deutsche Blogosphäre von US-Bloggern zumindest gelegentlich verlinkt (Elsner 2011).⁸² Grundsätzlich weist die Wirtschafts- und Finanzblogosphäre jenseits nationaler und sprachräumlicher Segmentierung also auch transnational integrierende Tendenzen auf, wenn auch nur punktuell und asymmetrisch verteilt.

Die Rolle der WiFi-Blogs im Rahmen des öffentlichen Diskurses zur GWFK ist allenfalls exemplarisch erforscht worden. Dabei hatten sich WiFi-Blogs bereits im Vorfeld der GWFK fest im Informationsmix von Wirtschaftsexperten etabliert und gewannen im Verlauf der Krise insbesondere als Diskussionsplattform zunehmend an Bedeutung.

Durch die *GWFK gewannen die bestehenden WiFi-Blogs an Sichtbarkeit*, wurden verstärkt auch von einem breiteren Publikum genutzt und es kamen zahlreiche weitere Blogs hinzu (Gandel 2011). Auch die Posting-Aktivität nahm stark zu. Der Traffic für WiFi-Blogs stieg von 50.000 täglichen Seitenabrufen auf 100.000 an (Evans 2009). Anhand der verbesserten Rangplätze innerhalb des Blogrankings von Technorati zeigt sich ebenfalls der Zuwachs an Bedeutung und Sichtbarkeit dieser Form von Themenblogs (Mata 2011: 517). Im August 2009 ermittelte Technorati 2.420 Blogs mit 253 wöchentlichen Blogposts zur Finanzkrise (Rao/Niekamp 2010: 279). Eine Umfrage des Pew Research Center ergab, dass von den 30 Prozent der US-amerikanischen Onliner, die im Internet ökonomische Informationen nutzen, sich 34 Prozent im Kontext der GWFK in irgendeiner Form aktiv am Internetdiskurs beteiligt haben. Nur rund sechs Prozent der „economic

⁸² 2012 verwies beispielsweise Krugman auf einen Beitrag des deutschen Wirtschaftsbloggers Kantoos. Der verlinkte Beitrag war auf Deutsch verfasst und wurde mithilfe des Übersetzungsdienstes von Google erschlossen (Brinkmann 2011).

users“ haben aber Beiträge oder Kommentare für Blogs verfasst (Rainie/Smith 2009: 43-44). Leider wurde im Rahmen der Studie nicht erfragt, wie viele Onliner Blogbeiträge zur Krise passiv genutzt haben. Diese Zahl wäre vermutlich weit höher. Im Rahmen der Eurokrise entstanden vor allem in den Krisenländern Europas, in erster Linie in Griechenland, zahlreiche neue Blogs zur Krise (Michailidou/Trenz/de Wilde 2014: 106). Die erfolgreichsten Blogs waren aber auch im Kontext der GWFK die medienintegrierten. Außerdem waren Blogs von professionellen Wirtschaftsjournalisten während der Krise erfolgreicher, als solche von Laien oder Wirtschaftsexperten (Mata 2011: 517).

In Bezug auf den Diskurs zur GWFK in der Wirtschaftsblogosphäre muss ebenfalls zwischen dem *Zeitraum vor 2007* und *dem Verlauf der Krise* bzw. den *einzelnen Krisenaspekten* unterschieden werden. Einzelne WiFi-Blogger, wie beispielsweise der Ökonom Nouriel Roubini, gehörten zu den „Propheten“ der Krise oder zumindest von Krisen-Teilaspekten (Barber 2015: xxiv). Ein weiterer bloggrender „Prophet“ des Desasters auf dem US-Immobilienmarkt war Bill McBride in seinem Blog Calculated Risk. Auch wenn viele der WiFi-Blogs bereits vor der GWFK gern Leistungen und Fehlleistungen der Finanzdienstleister kritisierten während diese dabei meist tatenlos zusahen (Bell 2007: 56), haben der Großteil der Blogger die Krise ebenso verschlafen wie die Wirtschaftsjournalisten der traditionellen Massenmedien oder anderer Internetangebote. Nach dem Ausbruch der Krise mischten sie sich aber engagiert in den öffentlichen Diskurs ein und wurden *ein integraler Bestandteil der Krisenberichterstattung*.

In Großbritannien gewann der BBC-integrierte Blog von Robert Preston beispielsweise an Popularität, indem er exklusive Beiträge veröffentlichte, unter anderem zu dem Bankrott der britischen Bank Northern Rock (Schifferes/Knowles 2015: 47). Im Verlauf der GWFK zeigte sich wieder einmal das besondere Potenzial der Blogkommunikation und anderer Social-Media-Angebote in *Krisensituationen*, insbesondere wegen ihrer Vorteile bei zeitnaher *Live-Berichterstattung* (Rao/Niekamp 2010: 279). Der Politik blieb nicht oftmals nicht viel Zeit zum Handeln und um Entscheidungen. Das beeinflusste auch den begleitenden Diskurs in der Medienberichterstattung zur Krise. Hier waren Blogs häufig reaktionsschneller. Krugman sprach sich beispielsweise in seinem populären Blog vehement für konjunkturbelebende Maßnahmen und gegen die deutsche Sparpolitik aus (Piper 2010; Roush 2015: 25; Schiffrin 2015: 30). Seine Beiträge initiierten intensive Debatten, nicht selten auch über nationale und Sprachraumgrenzen hinaus.

Vor allem das Versagen der Wirtschaftswissenschaften wurde in WiFi-Blogs, allen voran unter Ökonomen selbst, stark diskutiert (Mussler 2012).⁸³ Sheehy und Ji (2011) inhaltsanalysieren die Berichterstattung über die GWFK in 25 US-amerikanischen WiFi-Blogs. Sie vergleichen *die Inhalte* von Bloggern mit verschiedenen beruflichen Hintergründen, insbesondere von professionell-journalistischen und nicht-journalistischen Blogs. Ihre Ergebnisse zeigen, dass journalistische Wirtschaftsblogger sich im Kontext der Krise eher mit Aspekten der Regierung und Regulierung beschäftigten, als nicht-journalistische Blogger, die im Gegensatz dazu mehr über Aspekte des Finanzmarktes bloggten (Sheehy/Ji 2011: 4). Sie interpretieren ihre Ergebnisse dahingehend, dass es nicht-journalistischen Wirtschaftsbloggern eher darum gegangen sei, ihre Expertise zu vermitteln, während Journalisten gemäß ihrem Rollenverständnis eher darauf aus waren, die Verantwortlichen in Politik und Wirtschaft zur Rechenschaft zu ziehen. Auch in ihrem *Linkverhalten* unterscheiden sich die beiden Akteursgruppen. Nicht-journalistische Blogs verlinken häufiger Quellen mit ökonomischen Rohdaten von Regierungsbehörden sowie ihre eigenen Arbeiten und Analysen. Journalistische Blogger verlinken eher auf andere Blogs und die Seiten der traditionellen Massenmedien. Der professionelle Hintergrund der WiFi-Blogger hat folglich einen starken Einfluss auf die Berichterstattung und den Umgang mit der GWFK (Sheehy/Ji 2011: 5-6).

Averbeck-Lietz, Hepp und Venema (2015) untersuchten im Rahmen einer qualitativen Inhaltsanalyse die Rolle von zwei populären deutschen WiFi-Blogs (Blicklog und Wunderbare Welt der Wirtschaft) im Zusammenspiel mit anderen Medien bei der kommunikativen Konstruktion der Krise. Sie entdeckten *eine gegenseitige Beeinflussung der verschiedenen Medienangebote*, vor allem durch direkte und indirekte Verweise, die dabei durchaus auch nationale Grenzen überschritt (Averbeck-Lietz/Hepp/Venema 2015: 4-5). Neben der journalistischen Berichterstattung wurde in den Blogs auch der Expertendiskurs der Ökonome zu Ursachen und Umgang mit der GWFK öffentlich sichtbar, jenseits von direkter zwischenmenschlicher Kommunikation (Averbeck-Lietz/Hepp/Venema 2015: 5).

⁸³ Krugman kommentiert beispielsweise in einem eigenen Blogeintrag vom 6. September 2009 („How did Economists Get It So Wrong?“) den Artikel des The Economist „What went wrong with Economics“ vom 16. Juli 2009. Die von Krugman aufgeworfene Konfliktlinie zwischen Keynesianismus und Neoklassik provozierte daraufhin andere Wirtschaftswissenschaftler wie John Cochrane und David Levine (Mata 2011: 520-521).

Und auch wenn es eher selten vorkam, hatten über Blogs *einfache Bürger* zumindest die Möglichkeit, sich ebenfalls am Diskurs zur Krise zu beteiligen (Hepp/Lingenberg/Elsler/Möller/Mollen/Offerhaus 2013: 5). Im Rahmen der Eurokrise entbrannte in den deutschen WiFi-Blogs eine intensive Debatte über Werte im Umgang mit der Krise. Meist ging es um die Zuschreibung von Verantwortung und die Durchsetzung von Gerechtigkeit sowie um Normen für eine bessere öffentliche Kommunikation. An der kommunikativen Konstruktion der Krise im öffentlichen Diskurs sind über WiFi-Blogs neben professionellen Journalisten auch partizipative Wirtschaftsexperten beteiligt (Averbeck-Lietz/Hepp/Venema 2015: 14).

Die fragmentarischen Ergebnisse der einzelnen Studien, die bisher zur öffentlichen Kommunikation zur GWFK in WiFi-Blogs durchgeführt wurden deuten darauf hin, *dass sie die öffentliche Debatte in den Blogs nicht wesentlich von der Debatte in traditionellen Massenmedien unterscheidet*. Sie ist im Gegenteil sogar sehr *stark mit dieser verzahnt*. Blogger verfolgen auch im Kontext der GWFK offensichtlich nicht konsistent eine eigene Berichterstattung, sondern reagieren vielmehr auf externe Stimuli (Mata 2011: 521). In dieser Reaktion liegt aber der besondere Wert, da hier *marginalisierte und zusätzliche Stimmen* in den Diskurs eingreifen können. Das gilt sowohl sozial als auch geografisch. Einige, wenn auch längst nicht die überwiegende Mehrheit der Blogger formierten im Kontext der Krise auch eine *Art Gegenöffentlichkeit* Soziale Bewegungen und Interessengruppen unterhielten eigene Blogs, aber auch zahlreiche der anderen Blogs unterstützten beispielsweise das Occupy Wall Street Movement, zumindest am Anfang der Bewegung (Hitlin/Tan 2011). Occupy selbst begann mit einem Blog-Post (Karpf 2014: 261). Außerdem konnten über die WiFi-Blogs alternative Themen und Sichtweisen eingebracht und einzelne Aspekte intensiver und direkter diskutiert werden. Durch Social-Media-Angebote wie unter anderem Blogs gelingt es sowohl dem globalen Süden als auch einfachen Bürgern und Arbeitnehmern, sich zumindest gelegentlich im öffentlichen Diskurs Gehör zu verschaffen (Chakravarty/Downing 2010: 693-694). Averbeck-Lietz, Hepp und Venema (2015: 14) sind der Meinung, dass WiFi-Blogger im Kontext der GWFK extrem an Bedeutung gewonnen haben und immer mehr institutionalisierte Rollen im öffentlichen Diskurs eingenommen haben.

Während es immerhin vereinzelte Studien zur *Blogkommunikation während der GWFK* gibt, enthalten sie keine wirklichen *Ländervergleiche*. Die einzige Ausnahme ist die explorative Studie von Rao und Niekamp (2010). Sie verglichen den Umgang chinesischer und US-amerikanischer Wirt-

schaftsblogs mit der GWFK. Zu diesem Zweck untersuchten sie die Wirtschaftsblogs der New York Times und die Blogs, die in die Website der größten englischsprachigen chinesischen Tageszeitung China Daily integriert sind. In den USA stritten die Blogger zunächst recht lange über die Frage, ob es sich bei der Finanzkrise um eine weltweite Krise handelte oder nicht. Später debattierten sie dann über die richtigen Maßnahmen im Umgang mit der Krise, allen voran die staatlichen Bailout-Programme. Dabei lag ihr Fokus eindeutig auf den USA und sie berücksichtigten nur selten andere Länder (Rao/Niekamp 2010: 279-281). Die chinesischen Blogger betrachteten die Krise dagegen von vorneherein als global. Sie sahen sich zu Unrecht von einer Krise betroffen, die vornehmlich in den G7-Staaten verursacht wurde. Sie fühlten sich von der Wirtschaft der G7-Länder fremdbestimmt und sprachen sich deshalb vor allem für eine Stärkung der Weltwirtschaft aus, um zukünftige Krisen dieses Ausmaßes zu verhindern (Rao/Niekamp 2010: 281).

Im Großen und Ganzen scheint sich die Blogkommunikation zur GWFK in den verschiedenen Ländern nicht nennenswert zu unterscheiden. Bei näherer Betrachtung spiegeln die Schwerpunkte, die in den einzelnen nationalen Wirtschaftsblogosphären gesetzt wurden aber die wirtschaftliche Machtposition und jeweilige Betroffenheit des Landes durch die Krise wider.

Transnationale öffentliche Kommunikation unter WiFi-Bloggern, die im Zentrum der Analyse dieser Arbeit steht, war also *eine Ausnahme während der GWFK*. Trotz der vorhandenen technischen Bedingungen kommunizierten Blogger auch im Zusammenhang mit der GWFK nur vereinzelt transnational. *WiFi-Blogger* setzten sich allerdings im Kontext der GWFK zwangsläufig mehr mit anderen Ländern und supranationalen Regierungen auseinander, allen voran in Europa (Patz 2012). WiFi-Blogs wurden zu einem festen Bestandteil des Kommunikationsmixes im Rahmen der Krise (Marron 2010: 270). Da es sich bei dem Großteil der Blogger um Mitglieder der sozialen und wirtschaftlichen Elite handelt, die auch die Avantgarde der Globalisierung darstellen (Mau 2010: 128), ist es dennoch recht wahrscheinlich, dass dieses Blogformat noch am ehesten einen Hang zu transnationaler Kommunikation aufweist, als andere Themenblogs. Sie besitzen zumindest das Potenzial sowohl zu lokaler als auch globaler Partizipation (Rao/Niekamp 2010: 282-283).

Insgesamt *bilden WiFi-Blogs einen Querschnitt durch die gesamte Kommunikationslandschaft zur GWFK im Internet*, die sowohl stark mit der traditionellen Berichterstattung verbunden ist als auch Raum für partizipative Vermittlungsstrukturen lässt. Gerade in Kombination mit den besonderen

Bedingungen der Teilöffentlichkeit rund um die GWFK bilden WiFi-Blogs folglich einen vielversprechenden Untersuchungsausschnitt für transnationale Netzwerköffentlichkeit im Internet.

6 Forschungsfragen und Hypothesen

Aus der Schnittmenge der vorangehenden Kapitel, insbesondere der Kapitel 2-4, lassen sich die Forschungsfragen ableiten, die im Rahmen dieser Arbeit im Vordergrund stehen. Gemeint ist folglich die *Schnittmenge zweier Wandlungsprozesse von Öffentlichkeit*, ihre *Transnationalisierung* und ihre *Digitalisierung* im und durch das Internet. Zu diesem Zweck werden Erkenntnisse des Forschungsstands zu transnationaler Öffentlichkeit mit denen zur Netzwerköffentlichkeit im Internet zusammengeführt und synthetisiert. Analysiert wird die segmentäre Differenzierung von Öffentlichkeit im Internet.

Anknüpfend an verschiedene Konzepte von Öffentlichkeit allgemein, allen voran dem Arenamodell, beziehen sich auch Modelle transnationaler Öffentlichkeit auf den *Begriff des Netzwerks*, verwenden diesen aber meist nur als Metapher, um die komplexen Strukturen transnationaler Öffentlichkeit zu beschreiben, ohne ihn auch bei der theoretischen Modellierung bzw. empirischen Analyse konsequent anzuwenden und zu überprüfen. Durch Globalisierungsprozesse erweitert sich Öffentlichkeit transnational über Ländergrenzen hinweg und das Internet trägt zusätzlich durch seine verschiedenen Kommunikationsmöglichkeiten zur Komplexitätssteigerung der Strukturen von Öffentlichkeit bei. Dabei verstärkt die netzwerkartige technische Infrastruktur des Internets den Eindruck von Öffentlichkeit als einem Netzwerk. Um diesen spezifischen und komplexen Bedingungen gerecht werden zu können, wird die Struktur des Netzwerks im Kontext dieser Arbeit nicht nur als reine Metapher verwendet, sondern konsequent als Blaupause bei der theoretischen Modellierung und empirischen Überprüfung transnationaler Öffentlichkeit im Netz angewandt.

Im Zusammenhang mit strukturellen Messungen von Öffentlichkeit und eben auch transnationaler Öffentlichkeit im Internet liegt der Fokus meist auf dem *Kontinuum zwischen einer ausreichenden Integration dieser Öffentlichkeit und der Befürchtung ihrer zu starken Fragmentierung*.⁸⁴ Beide

⁸⁴ In den Kapiteln 2.2 und 4 wurde bereits auf die gegenläufigen Prozesse der (Re-)Nationalisierung und Lokalisierung hingewiesen. Diese sollen im Rahmen dieser Arbeit nicht ausgeschlossen oder ignoriert werden. In der theoretischen und empirischen Modellierung sind auch diese Prozesse eine mögliche Erkenntnis. Sie stehen jedoch nicht im Fokus des Forschungsinteresses.

Wandlungsprozesse von Öffentlichkeit liefern Beobachtern sowohl Argumente für eine stärkere transnationale Integration als auch eine verstärkte Fragmentierung öffentlicher Kommunikation im und durch das Internet. Einerseits erhoffen sich die Utopisten vom Internet eine größere Akteursvielfalt und einen erleichterten Zugang zu öffentlicher Kommunikation für marginalisierte und zivilgesellschaftliche Akteure, und andererseits befürchten Dystopisten durch das Internet eine noch stärkere Konzentration auf wenige elitäre Akteure oder eine Fragmentierung der Öffentlichkeit. Die Begriffe Akteursvielfalt bzw. marginalisierte Akteure können sich sowohl auf geografische als auch auf soziale Vielfalt bzw. Marginalisierung beziehen. Die Empirie deutet auch im Internet eher nicht in Richtung einer gleichmäßigen transnationalen Ausdehnung von Kommunikation hin, sondern verweist auf einzelne transnationale Zentren, meist zwischen Industrieländern, und einer nur locker angeschlossenen Peripherie.

Die Forschungsergebnisse der Studien zu transnationaler Öffentlichkeit in traditionellen Massenmedien verweisen darüber hinaus auf eine *Mehrfachsegmentierung entlang verschiedener Dimensionen transnationaler Öffentlichkeit*. Ein Schwellenwert für eine ausreichende transnationale Integration lässt sich dabei nicht wirklich festlegen. Aufgrund unterschiedlicher normativer Perspektiven und Modellierungen von Öffentlichkeit muss er zwangsläufig umstritten bleiben. Transnationale Integration bzw. nationale Fragmentierung lässt sich daher nur komparativ messen und beurteilen. Zu diesem Zweck können verschiedene Länder, Zeitpunkte oder Dimensionen von transnationaler Öffentlichkeit herangezogen werden. Die konsequente Umsetzung einer netzwerkanalytischen Messung transnationaler Öffentlichkeit im Internet ermöglicht es, dieses Kontinuum differenziert und auf verschiedenen Ebenen zu erfassen, wie es in der Vergangenheit bereits von Forschern gefordert wurde (z. B. Bucher 2002: 501).

Transnationalität lässt sich dabei auf ganz unterschiedliche Art und Weise bestimmen. Die verschiedenen theoretischen und empirischen Konzeptionen transnationaler Öffentlichkeit divergieren diesbezüglich stark. Gemeinsam ist ihnen allerdings, dass sie auf *zwei grundlegenden Mechanismen* aufbauen: Transnationalität kann einerseits über *Homogenität* und andererseits über *Vernetzung* gemessen werden. Damit Öffentlichkeiten als transnational integriert angesehen werden können, müssen sie sich entweder hinsichtlich bestimmter Aspekte und Dimensionen von Transnationalität gleichen oder annähern, oder sie verbinden sich miteinander durch direkte und indirekte Bezugnahmen. Das umfassendste und bislang am besten empirisch überprüfte Modell transnationaler Öffentlichkeit liefern Wessler et al. (2008), *von deren vier Dimensionen transnationaler Öffentlichkeit*

sich nur zwei explizit und ausschließlich auf Vernetzungsmechanismen beziehen. Die restlichen beiden Dimensionen bauen auf dem Homogenitätsmechanismus auf bzw. verbinden beide Mechanismen miteinander. Kombiniert mit dem Instrumentarium der relationalen Soziologie und der Netzwerkanalyse lassen sich nicht nur Häufigkeiten relationaler Bezugnahmen vergleichend auswerten, sondern darüber hinaus die Vernetzungen explizit nachverfolgen.

Zusätzlich zu der Vernetzung zwischen verschiedenen nationalen Arenen können noch die jeweils internen Vernetzungsgrade miteinander verglichen werden (Koopmans/Statham 2010b: 38). Das ist besonders relevant, da sich nationale, regionale und transnationale Öffentlichkeiten nicht gegenseitig ausschließen, sondern parallel existieren, einander überlappen und sich ineinander verschachteln (Imbusch/Rucht 2005: 14). Diese komplexe Struktur kann mithilfe der Netzwerkanalyse zumindest annähernd nachvollzogen werden. Über die verschiedenen Vernetzungsgrade können die einzelnen öffentlichen Arenen voneinander differenziert werden. Da die öffentliche Vernetzung stark von der politischen und mediensystemischen Integration eines Kommunikationsraumes abhängt, sind nationale Öffentlichkeiten vermutlich dichter vernetzt als transnationale.

Als Ausgangseinheit für die Analyse transnationaler Netzwerköffentlichkeit im Internet eignet sich nach wie vor der Nationalstaat, auch wenn die *Bedeutung nationaler Grenzen* durch Globalisierungsprozesse und die Möglichkeiten des Internets abgenommen hat. *Zunehmend gewinnen kulturelle Grenzen* für die soziale Strukturierung von Öffentlichkeit *an Bedeutung*. Kulturelle Grenzen sollten also bei der Analyse einer transnationalen Öffentlichkeit im Netz mitberücksichtigt werden. Wie sich das Verhältnis von nationalen und kulturellen Grenzen im Internet tatsächlich darstellt, ist bislang eine empirisch noch unbeantwortete Frage.

Die Entgrenzungsprozesse verlaufen dabei prinzipiell in zwei unterschiedliche Richtungen. Bei der horizontalen Vernetzung richtet sich der Blick auf andere Nationen bzw. Kulturen, während sich die vertikale Entgrenzung auf eine den Nationen bzw. Kulturen übergeordnete Ebene bezieht. Diese Entgrenzungsprozesse verlaufen unter Umständen durchaus parallel, aber ganz unterschiedlich entlang verschiedener Dimensionen wie medialer Infrastrukturen, Akteure, Medieninhalte und Publika. Im Hintergrund wirken dabei verschiedene Triebkräfte wie beispielsweise transnationale Medien oder Medienangebote, transnational orientierte gesellschaftliche Akteure und Akteursgruppen sowie globale Themen und Ereignisse wie die GWFK. Das Internet liefert für die transnationale Entgrenzung einerseits besonders günstige Bedingungen, durch seine globale Verbreitung,

seine multimedialen Möglichkeiten, Übersetzungstools und das außerordentliche Potenzial Räume zu überbrücken, wie kein Medium zuvor. Andererseits schafft es aber auch gute Bedingungen für kleine Interessengruppen sich von der breiteren Öffentlichkeit abzukapseln und verstärkt bisherige globale Ungleichheiten.

Wie stark das transnationale Potenzial des Internets tatsächlich sozial realisiert worden ist, ist letztlich eine äußerst komplexe empirische Frage, der sich die sozialwissenschaftliche Forschung bisher allenfalls in explorativen Ansätzen gewidmet hat. In diese Forschungslücke möchte die vorliegende Arbeit vorstoßen. *Demnach steht im Zentrum dieser Arbeit die Messung und Erklärung des Vernetzungsgrades der transnationalen bzw. transkulturellen Netzwerköffentlichkeit im Internet.*

Zu diesem Zweck folgt die Arbeit der folgenden übergeordneten Fragestellung: *Wie transkulturell und -national integriert ist die Netzwerköffentlichkeit im Internet und wie kann diese Struktur erklärt werden?* Es geht also darum Strukturen transnationaler Netzwerköffentlichkeit im Internet zu identifizieren, sofern vorhanden, zu beschreiben und wenn möglich zu erklären. Die verschiedenen Aspekte des Erkenntnisinteresses der Studie, auf die im Folgenden ausführlicher eingegangen wird, sind:

- Mehrdimensionales Verständnis von Transnationalität
- Vertikale und horizontale Entgrenzung
- Nationale und kulturelle Grenzziehungen
- Messung von Integration via Vergleich
- Eingrenzung des Analysegegenstands nach Diskurs und Angebotsformat

Das Forschungsdesign soll im Wesentlichen zwei Ziele verfolgen, die bisher in Analysen der transnationalen Internetforschung wenig berücksichtigt und zusammengebracht wurden: Erstens soll sich das Design an die transnationale Öffentlichkeitsforschung zu traditionellen Medien anlehnen und hier unmittelbare Vergleichbarkeit schaffen und gleichzeitig die klassische Analyse um internetspezifische Indikatoren erweitern. Zweitens soll das Design möglichst viele verschiedene Entgrenzungsprozesse und Dimensionen transnationaler Öffentlichkeit in einer Analyse vereinen.

Das *Verständnis von Transnationalität* dieser Arbeit orientiert sich an den beiden Vernetzungsdimensionen der vier Dimensionen von Transnationalität von Wessler et al. (2008). Dabei handelt es sich zum einen um die Beobachtung des Regierens und um die Diskursive Integration bzw. Vernetzung. Diese beiden Dimensionen werden auf den Kontext des Internets übertragen und hierfür um internetspezifische Indikatoren ergänzt. Auch

wenn damit nicht alle Dimensionen transnationaler Integration berücksichtigt werden, bleibt doch eine differenzierte Erfassung zumindest der Vernetzung von Diskursen gewährleistet. Hiermit kann eine potenzielle *Mehrfachsegmentierung* transnationaler Internetöffentlichkeit zumindest ansatzweise nachvollzogen werden. Die beiden Dimensionen decken ebenfalls die beiden *Entgrenzungsrichtungen*, vertikal und horizontal, ab. Innerhalb der einzelnen Dimensionen werden dann weitere Ebenen von transnationaler Öffentlichkeit differenziert.

Um der abnehmenden Bedeutung *nationaler Grenzen* durch Transnationalisierungs- und Digitalisierungsprozesse Rechnung tragen bzw. diese beurteilen zu können, sollen die beiden Entgrenzungsdimensionen ergänzend zu den nationalen auch hinsichtlich *kultureller Grenzen* überprüft werden. Die Forderung bezüglich der transnationalen Öffentlichkeitsforschung im Internet, über ein rein länderbasiertes Vergleichsdesign hinauszugehen, wurde von verschiedenen Forschern geäußert. Als vermutlich bedeutenste kulturelle Grenze im Internet werden immer wieder verschiedene Sprachräume genannt. Auf diese Weise können transnationale und transkulturelle Entgrenzungsprozesse im Internet einander gegenübergestellt werden.

Das Problem der Messung und vor allem Beurteilung des *Integrationsgrades* soll im Rahmen dieser Arbeit folglich über den Vergleich der Vernetzung, einerseits von und zwischen Nationen und andererseits von und zwischen Sprachräumen, gelöst werden. Der Integrationsstatus der Netzwerköffentlichkeit im Internet kann also nicht absolut, sondern nur in Relation einzelner untersuchter Öffentlichkeiten zueinander bewertet werden. Da Öffentlichkeit im Rahmen dieser Arbeit konsequent als Netzwerk gedacht wird, und in dieser sozialen Strukturform System- und Sozialintegration voneinander abhängen, werden beide Integrationsformen berücksichtigt.

Weil eine Analyse des gesamten *Internets* auf Transnationalität bzw. Transkulturalität ein unmögliches Unterfangen wäre, muss auch für dieses Problem eine Lösung gefunden werden. Diese erfolgt mithilfe einer zweistufigen Beschränkung, einerseits hinsichtlich des *Diskurses* und andererseits hinsichtlich des *Angebotsformats*. Der Diskurs zur globalen Wirtschafts- und Finanzkrise (GWFK) dient zunächst als Anker, um einen untersuchbaren Themenausschnitt des Internets abzustecken. Die Krise eignet sich dazu besonders, weil sie Menschen weltweit betroffen hat und somit sowohl die Notwendigkeit einer gemeinsamen Auseinandersetzung mit dem Problem geschaffen hat, als auch viel Konfliktpotenzial auf verschiedenen Ebenen bietet. Sie sorgt also gleichermaßen für systemintegrierende als auch für fragmentierende Bedingungen. Hinsichtlich einer Beschränkung des Angebots eignen sich WiFi-Blogs, da sie potenziell die gesamte

Bandbreite möglicher Kommunikatoren im Internet zur GWFK abbilden und im Gegensatz zu anderen Social-Media-Angeboten genügend Raum für ausführliche Berichte und Diskussionen lassen. Analog zu dem Vergleich verschiedener Mediengattungen in der Forschung zu transnationaler Öffentlichkeit in traditionellen Massenmedien, können verschiedene Eigenschaften von Blogs möglicherweise Unterschiede im Transnationalisierungsgrad erklären, ganz unabhängig von nationalen und kulturellen Zugehörigkeiten.

Auf der Grundlage dieser Spezifizierung der übergeordneten Fragestellung lassen sich konkretere Forschungsfragen formulieren, die im Folgenden die Analyse anleiten. Aufgrund des spärlichen und inkonsistenten Forschungsstandes werden lediglich für die Einflussfaktoren auf die Struktur transnationaler Netzwerköffentlichkeit im Internet konkretere Hypothesen formuliert, die überwiegend aus der Forschung zu transnationaler Öffentlichkeit in traditionellen Massenmedien und aus der Internetforschung abgeleitet werden. Die Tabelle 5 fasst die Forschungsfragen und Hypothesen dieser Arbeit zusammen.

Zunächst soll es, im Anschluss an die bisherige Forschung zu transnationaler Öffentlichkeit, ganz allgemein um *den Vergleich der Verwendung von Vernetzungsindikatoren* gehen. Wie häufig werden in den Blogs der einzelnen Nationen und Sprachräume die verschiedenen Vernetzungsindikatoren verwendet (FF1a) und wie unterscheiden sie sich diesbezüglich (FF1b)? Die Vernetzungsindikatoren wie geografische und institutionelle Referenzen, verschiedene Akteurskategorien und Verlinkungsformen lassen sich in ihren Ausprägungen den beiden Dimensionen von Transnationalität zuordnen. Bei Institutionen und Regierungsakteuren handelt es sich um die Beobachtung des Regierens, während es sich bei Referenzen zu anderen Ländern und anderen nationalen Akteuren um Diskursive Integration bzw. Vernetzung handelt. Verlinkungen können sich sowohl auf nationale und transnationale Regierungsakteure beziehen als auch auf weitere Akteursgruppen anderer Nationen oder Sprachräume. Auf Basis des Forschungsstandes zu transnationaler Öffentlichkeit, der Internetöffentlichkeit und der GWFK ist es plausibel anzunehmen, dass kleinere und wirtschaftlich schwächere Nationen sich eher an den stärkeren orientieren als umgekehrt. Auch das Mediensystem scheint im Internet weiterhin einen wichtigen Einfluss auszuüben. Auf der Grundlage der Bedeutung der englischen Sprache als Weltsprache, sind die entsprechenden Blogs vermutlich stärker innerhalb ihres Sprachraumes verankert und weniger auswärts ausgerichtet. Deutsch- und spanischsprachige Blogs orientieren sich dagegen vermutlich an der englischsprachigen Wirtschafts- und Finanzblogosphäre (HI.1).

Tab. 1: Überblick über die Forschungsfragen und Hypothesen

I. Vergleich der Verwendung von Vernetzungsindikatoren durch einzelne Nationen/Sprachräume
FF1a: Welche Vernetzungsindikatoren (z. B. geografische und institutionelle Referenzen, Akteure, Verlinkungen) verwenden die verschiedenen Nationen und Sprachräume?
FF1b: Wie unterscheiden sich die verschiedenen Nationen und Sprachräume hinsichtlich der Verwendung verschiedener Vernetzungsindikatoren (geografische und institutionelle Referenzen, Akteure, Verlinkungen)?
<i>H1.1: Englischsprachige Blogs verwenden weniger Vernetzungsindikatoren als spanisch- oder deutschsprachige Blogs.</i>
<i>H1.2: Blogs von Anbietern aus EU-Mitgliedsländern verwenden mehr Vernetzungsindikatoren als Blogs von Anbietern, die nicht aus einem EU-Mitgliedsland stammen.</i>
II. Vergleich von nationaler/kultureller Vernetzung
FF2a: Wie vernetzt sind die einzelnen Nationen und Sprachräume hinsichtlich verschiedener Netzwerkmaße?
FF2b: Inwiefern ähneln bzw. unterscheiden sich die einzelnen Nationen und Sprachräume hinsichtlich der verschiedenen Netzwerkmaße?
<i>H2.1: Die US-amerikanische Blogosphäre ist dichter vernetzt als die der anderen Nationen.</i>
<i>H2.2: Die englischsprachige Blogosphäre ist dichter vernetzt als die deutsch- oder spanischsprachige.</i>
FF2c: Wie homogen sind die einzelnen Nationen und Sprachräume hinsichtlich verschiedener sozialer Strukturierungsmerkmale?
FF2d: Inwiefern ähneln sich die Sprecher- und Linknetzwerke hinsichtlich der verschiedenen Netzwerkmaße und Homogenitäts-Merkmale?
III. Transnationale/transkulturelle Vernetzung
FF3a: Wie vernetzt ist jeweils das transnationale bzw. transkulturelle Sprecher- und Linknetzwerk?
FF3b: Was sind zentrale Akteure bzw. Websites in den Sprecher- und Linknetzwerken und was kennzeichnet sie?
FF3c: Durch welche Charakteristika kann die zentrale Stellung dieser Akteure bzw. Websites in den Sprecher- und Linknetzwerken erklärt werden?
FF3d: Was sind entscheidende Cutpoints in den Sprecher- und Linknetzwerken und was kennzeichnet sie?

FF3e: Durch welche Charakteristika kann die Position als Cutpoint dieser Akteure bzw. Websites in den Sprecher- und Linknetzwerken erklärt werden?

H3.1: Englischsprachige Akteure und Websites sind eher zentrale Knoten im transnationalen bzw. transkulturellen Gesamtnetzwerk, als Akteure und Websites anderer Sprachräume.

H3.2: Englischsprachige Akteure und Websites sind eher Cutpoints im transnationalen bzw. transkulturellen Gesamtnetzwerk, als Akteure und Websites anderer Sprachräume.

H3.3 US-amerikanische Akteure und Websites sind eher zentrale Knoten im transnationalen bzw. transkulturellen Gesamtnetzwerk, als Akteure und Websites anderer Nationen.

H3.4 US-amerikanische Akteure und Websites sind eher Cutpoints im transnationalen bzw. transkulturellen Gesamtnetzwerk, als Akteure und Websites anderer Nationen.

H3.5 Kollektive Akteure sind eher zentrale Knoten in den Sprecher-Netzwerken, als Einzelakteure.

H3.6 Journalistische Akteure sind eher zentrale Knoten in den Sprecher-Netzwerken, als nicht-journalistische Akteure.

H3.7 Websites mit einem wirtschaftlichen Themenschwerpunkt sind eher zentrale Knoten in den Link-Netzwerken, als Websites mit anderem Themenschwerpunkt.

H3.8 Internetableger von traditionellen Medienmarken sind eher zentrale Knoten in den Link-Netzwerken, als andere Arten von Websites.

Durch die größere politische Integration innerhalb der EU kann die Hypothese aufgestellt werden, dass Blogs aus EU-Ländern vermehrt über nationale Grenzen hinwegsehen und daher verstärkt Vernetzungsindikatoren nutzen als Blogs aus nicht EU-Ländern (H1.2).

Der zweite Schritt der Analyse beschäftigt sich mit dem *Vergleich von Vernetzungsstrukturen innerhalb von nationalen Grenzen und Sprachraumgrenzen*. Da transnationale Öffentlichkeit immer in Bezug zu nationalen Öffentlichkeiten steht bzw. auf diesen aufsetzt, ist es wichtig sich zunächst auch von der nationalen Vernetzung ein Bild zu machen. Wie dicht sind die Netzwerke jeweils in Bezug auf die verschiedenen Netzwerkmaße integriert (FF2a)? Die Netzwerke werden dabei einerseits auf der Ebene der Sprecher und andererseits auf der Ebene von Verlinkungen gemessen, um sowohl an die Forschung zu traditionellen Massenmedien anzuknüpfen als auch die Spezifika des Internets abzubilden. Außerdem wird danach gefragt, wie sich

die verschiedenen Nationen und Sprachräume hinsichtlich der verschiedenen Indikatoren unterscheiden (FF2b). In Bezug auf etwaige Unterschiede hinsichtlich der Netzwerkmaße verschiedener Nationen bzw. Sprachräume lassen sich aus der Synthese der verschiedenen oben genannten Forschungsbereiche Hypothesen ableiten. Aufgrund der zentralen Stellung der englischsprachigen Blogosphäre (H2.2) im Allgemeinen und der US-amerikanischen Blogosphäre (H2.1) im Speziellen, kann für sie jeweils ein stärkerer Vernetzungsgrad vermutet werden als für anderssprachige Blogosphären oder die Blogosphären anderer Länder (Koopmans/Zimmermann 2010: 176). Darüber hinaus soll untersucht werden, ob primär transnationale oder eher andere soziale Merkmale die Strukturbildung prägen (FF2c). Vernetzen sich eher Knoten gleiche Nationalität bzw. Sprachraumzugehörigkeit oder spielen Merkmale wie Akteurstyp oder inhaltlicher Schwerpunkt eine größere Rolle? Auch bezüglich der Homogenitäts-Merkmale können die verschiedenen Nationen und Sprachräume wieder jeweils miteinander verglichen werden (FF2d).

In einem dritten Schritt wird letztlich die *transnationale bzw. transkulturelle Vernetzung* gemessen. Wie vernetzt ist das nationen- und sprachraumübergreifende Gesamtnetzwerk? Wie stark integriert ist jeweils das Gesamtnetzwerk auf den verschiedenen Ebenen der zitierten Sprecher und externen Verlinkungen (FF3a)? Wie kann die Struktur der Sprecher- und Link-Netzwerke beschrieben werden? Ein besonderer Fokus liegt jeweils auf zentralen Netzwerkknoten (FF3b) und Cutpoints (FF3d), jenen entscheidenden Knoten, ohne die das Gesamtnetzwerke in verschiedene Komponenten zerfallen würde. Es wird überprüft was diese besonders positionierten Blogs kennzeichnet (FF3c und FF3e), um daraus Rückschlüsse auf die von ihnen erbrachten Integrations- und Vermittlungsleistungen zu ziehen. Als zentrale Charakteristika stehen dabei insbesondere die nationale und die Sprachraumzugehörigkeit der Blogs im Vordergrund.

Obwohl der Forschungsstand eher spärlich ist, können dennoch einige Hypothesen formuliert werden. Aufgrund der Funktion der englischen Sprache als Lingua Franca im Internet kann angenommen werden, dass sowohl die zentralen Akteure und Websites in den Netzwerken (H3.1) als auch die Cutpoints (H3.2) eher englischsprachig sind. Englischsprachige Akteure und Websites können von einem Großteil der Diskursteilnehmer verstanden werden, weshalb sich einerseits viele Akteuren auf sie beziehen und andererseits erfüllen sie dadurch wichtige Vermittlungsfunktionen zwischen Netzwerkteilen. Ähnlich verhält es sich mit den US-amerikanischen

Akteuren und Websites. Sie bilden die Speerspitze der Wirtschaftskommunikation im Internet und als solche wird vielfach auf sie verwiesen (H3.3), vermutlich gerade auch aus sehr unterschiedlichen Netzwerkteilen (H3.4).

Die weiteren Hypothesen zielen, differenziert nach Sprecher- und Link-Netzwerk, auf alternative Eigenschaften, allen voran die Ressourcenstärke der Akteure oder Websites, ab. Sie beziehen sich ausschließlich auf die zentralen Positionen in den Netzwerken, da für Cutpoints in transkulturellen oder -nationalen Internetnetzwerken der Forschungsstand noch geringer ist. Es wird angenommen, dass Websites, die von kollektiven Akteuren betrieben werden, auf mehr Ressourcen zurückgreifen können, als Einzelakteure und daher eher zentrale Positionen in den Sprecher-Netzwerken einnehmen (H3.5). Auch Akteure mit einem professionell-journalistischen Hintergrund besitzen einen Kommunikationsvorteil und sind deshalb vermutlich eher zentrale Knoten der Sprecher-Netzwerke (H3.6). In Bezug auf die Link-Netzwerke wird angenommen, dass Websites, die sich primär mit wirtschaftlichen Themen befassen, zentralere Positionen in dem Link-Netzwerk bekleiden (H3.7), als Websites mit anderen Themenschwerpunkten. Darüber hinaus verfügen die verschiedenen Internetableger traditioneller Medienmarken über mehr Ressourcen und Bekanntheit im Internet, sodass sie vermutlich eher zentrale Knoten in den Link-Netzwerken sind (H3.8).

Durch die Gegenüberstellung von Nationen und Sprachräumen über die verschiedenen Vernetzungsarten hinweg, lässt sich schlussendlich feststellen, ob und wenn ja, welche Form der Grenzziehung die Blogosphäre stärker strukturiert und integriert. Damit wird ein bereits zu frühen Internetzeiten aufgekommener und dann nicht weiter intensiv verfolgter Forschungsstrang wiederaufgenommen.⁸⁵

Darüber hinaus müssen abschließend noch die normativen Bewertungsmaßstäbe der Öffentlichkeitstheorie an die Befunde angelegt werden. Zumindest hinsichtlich des Diskurses zur GWFK und der beiden Dimensionen für transnationale Integration, die sich überwiegend auf Akteure und Inhalte beziehen, kann beurteilt werden, inwiefern sie den Ansprüchen des deliberativen Modells von Öffentlichkeitstnsprechen, das in der transnationalen Öffentlichkeitsforschung vorherrschend als Maßstab herangezogen wird. Wird die gesellschaftliche Vielfalt, sowohl in geografischer als auch in sozialer Hinsicht, angemessen abgebildet oder dominiert lediglich ein Teil der Gesellschaft den Diskurs? Erhält die Zivilgesellschaft ausreichend Mitsprache? Werden auch kleinere und wirtschaftlich schwächere Länder in den Diskurs einbezogen?

⁸⁵ Siehe hierzu die Forderungen von Halavais (2000: 9) als Resultat seiner Studie.

Und auch die verschiedenen Erklärungsfaktoren für die Struktur transnationaler Öffentlichkeit lassen sich durch den Anschluss an theoretische Modelle von Öffentlichkeit in einen sinnvollen Gesamtzusammenhang bringen. Die Journalismusforschung liefert ebenfalls wertvolle Hinweise für die normative Beurteilung der Ergebnisse. Durch die Erkenntnis, wer in der Blogosphäre tatsächlich Vermittlungs- und Integrationsleistungen erbringt, können funktionale Äquivalente zum klassischen Journalismus identifiziert werden. Vor dem Hintergrund dieser normativen Kriterien lässt sich schlussfolgern, ob die Wirtschafts- und Finanzblogosphäre im Rahmen des Diskurses zur GWFK ihr transnationales und partizipatorisches Potenzial erfüllt oder nicht.

7 Forschungsdesign

Im Folgenden wird das Forschungsdesign vorgestellt und reflektiert, mit dem die zuvor aufgeführten Forschungsfragen beantwortet und die aufgestellten Hypothesen überprüft werden sollen. Ein Design, das die Untersuchung transnationaler Netzwerköffentlichkeit im Internet im Rahmen des Diskurses zur globalen Wirtschafts- und Finanzkrise ermöglicht, ist zwangsläufig komplex. Allgemein anerkannte Standards existieren nicht, da bisherige Studien zu transnationaler Öffentlichkeit in traditionellen Massenmedien wie bereits ausgeführt höchst unterschiedliche Forschungsdesigns verwenden (Kapitel 2), was vor allem auf Kosten einer detaillierten Vergleichbarkeit der Studien geht, ohne allerdings grundsätzlich abweichende Erkenntnisse hervorzubringen (Risse 2015a: 17). Das umfassendste und differenzierteste Forschungsdesign wurde von Wessler et al (2008) angewendet, um ihr vierdimensionales Konzept transnationaler Öffentlichkeit zu messen. Das Europub-Projekt dagegen berücksichtigt die verschiedenen Entgrenzungsrichtungen transnationaler Öffentlichkeit am detailliertesten, auch wenn es mit dem Fokus auf claims den Untersuchungsgegenstand wesentlich enger fasst (Koopmans/Stathams 2010a: 39).

Auch wenn alle Forschungsdesigns zur Erfassung transnationaler Öffentlichkeit ihre Stärken und Schwächen haben, soll hier dem Aufruf von Brüggemann et al. (2009: 407-408) Folge geleistet werden, *die verschiedenen Aspekte transnationaler Öffentlichkeit anschlussfähiger zu erforschen*.⁸⁶ Daher kombiniert die vorliegende Arbeit das *mehrdimensionale Design* von Wessler et al. (2008) mit den *verschiedenen Entgrenzungsrichtungen* und -ebenen des Europub-Projekts. Die Messung transnationaler Öffentlichkeit unter den Bedingungen traditioneller Massenmedien ist bereits ein sehr aufwendiges Forschungsvorhaben, aber eine Übertragung des Forschungsdesigns auf den multimedialen und vernetzten Internetkontext erhöht die Komplexität zusätzlich.

Analog zu einem Großteil der Studien zu transnationalen Massenmedien, soll auch im Rahmen dieser Arbeit *transnationale Öffentlichkeit anhand von Medieninhalten* gemessen werden. Dabei leiten die Forschungsfragen die methodischen Entscheidungen an. Bei der Interpretation der Ergebnisse

⁸⁶ Siehe auch die Forderungen von Wessler und Brüggemann (2012: 45-51) und für die comparative Forschung Pfetsch und Esser (2012: 40).

müssen dann wiederum die Grenzen des gewählten Ansatzes entsprechend berücksichtigt werden (Wessler/Brüggemann 2012: 51).

Um messen zu können, wie transnational bzw. transkulturell integriert die Netzwerköffentlichkeit im Internet ist, *muss das Forschungsdesign verschiedene Bedingungen erfüllen*: Zunächst muss es die Netzwerkstruktur von Öffentlichkeit angemessen erfassen. Um beide Wandlungsprozesse von Öffentlichkeit analysieren zu können muss es sowohl *Indikatoren für transnationale* als auch *für internetspezifische Öffentlichkeit* enthalten. Darüber hinaus soll der Integrations- bzw. Fragmentierungsgrad transnationaler Internetöffentlichkeit über *die Art und Intensität der Vernetzung* gemessen werden, wobei die verschiedenen Bruchstellen transnationaler Öffentlichkeit wie *Akteure, Medieninhalte, mediale Infrastrukturen* und *verschiedene Länder* die Auswahl der Stichprobe anleiten.

Gerade in der besseren Ermöglichung und Sichtbarmachung von Vernetzung liegt das besondere Potenzial des Internets hinsichtlich transnationaler Öffentlichkeit. Im Anschluss an den Befund einer Mehrfachsegmentierung transnationaler Öffentlichkeit in traditionellen Massenmedien, wird *transnationale Vernetzung entlang verschiedener Vernetzungsdimensionen* analysiert (Wessler/Brüggemann 2012: 64), die jeweils beide sowohl *die horizontale als auch die vertikale Entgrenzungsrichtung* berücksichtigen.

Methodisch wird die *Inhaltsanalyse*, die üblicherweise in der Erforschung transnationaler Öffentlichkeit zur Anwendung kommt, um *die Häufigkeit der Verwendung von Indikatoren für Transnationalität* zu messen, um *relationale Bezugnahmen* ergänzt. Auf der Grundlage der relationalen Variablen können dann anschließend die tatsächlichen *Netzwerkverbindungen mithilfe netzwerkanalytischer Maßzahlen* nachvollzogen werden. Hierdurch werden strukturelle Vergleiche und Messungen ermöglicht. Im Anschluss an die komparative Kommunikationsforschung können dann im Folgenden durch *die Ergänzung verschiedener makrosozialer Erklärungsfaktoren* Strukturen transnationaler Internetöffentlichkeit nicht nur beschrieben, sondern auch *erklärt* werden (Brüggemann et al. 2009: 409).

Um die Forschungsfragen adäquat beantworten zu können muss ein sinnvoller Bereich des Internets ausgewählt werden, der einerseits möglichst umfassend und vielfältig, und andererseits empirisch praktikabel ist.

Im Folgenden werden die verschiedenen methodischen Entscheidungen schrittweise erläutert. Zunächst werden zu diesem Zweck *die verschiedenen Schritte der Stichprobenziehung*, wie die Auswahl des Untersuchungszeitraums, von Blogs und von bestimmten Sprachräumen und nationalen Kontexten beschrieben. Anschließend werden die Methodik der Kombination

von Inhaltsanalyse mit dem Instrumentarium der Netzwerkanalyse geschildert und ihre Eignung für die Untersuchung der Fragestellung diskutiert. Ferner wird die Operationalisierung der einzelnen Aspekte der Forschungsfragen sowie die Entwicklung des Untersuchungsinstrumentes vorgestellt. Abschließend wird die konkrete Durchführung der Analyse erläutert.

7.1 Die Stichprobe

Da es sich bei transnationaler Öffentlichkeit allgemein und insbesondere im Internet um ein äußerst komplexes Phänomen handelt, wird kein Projekt jemals die Ressourcen besitzen, alle Dimensionen transnationaler Öffentlichkeit und alle Aspekte des Internets gleichermaßen berücksichtigen zu können (Brüggemann et al. 2009: 407). Im Kontext dieser Arbeit war es wichtig, den *Untersuchungsgegenstand* so einzugrenzen, dass er *weit genug gefasst und vielfältig* ist, um die Untersuchung transnationaler Öffentlichkeit im Internet angemessen zu ermöglichen und *gleichzeitig ausreichend eingegrenzt*, um die Analyse in einem durchführbaren Rahmen zu halten. Im Gegensatz zur sozial- oder politikwissenschaftlichen Forschung, die sich vielfach auf regelmäßig durchgeführte Large-Scale-Befragungsdaten stützen kann, ist die komparative Kommunikationsforschung vielfach gezwungen, sich ihre eigenen Datengrundlage zu erheben (Hanitzsch/Esser 2012: 513). Das gilt noch verstärkt für die komparative Analyse von Onlineinhalten.

Wie bei der überwältigenden Mehrzahl ländervergleichender Studien ist eine Zufallsauswahl wenig geeignet und so gut wie unmöglich zu realisieren. Die *Stichprobenziehung* soll sich aber auch nicht ausschließlich nach forschungspragmatischen Gesichtspunkten richten, sondern stattdessen *anhand der zuvor aufgestellten theoretischen Überlegungen systematisch erfolgen* (Livingstone 2012: 419; Stark/Magin 2013: 150). Die folgenden Unterkapitel lehnen sich an das von Rössler (2010: 42-45) propagierte fünfschrittige Vorgehen bei der Stichprobenziehung an, bei dem der Untersuchungszeitraum, die Mediengattung, der räumliche Geltungsbereich, die konkreten Medienangebote und die darin zu untersuchenden Inhalte (z. B. Ressorts oder Formate) festgelegt werden müssen. Zur Orientierung dienen darüber hinaus die verschiedenen Bruchstellen transnationaler Öffentlichkeit wie Akteure, Medieninhalte, mediale Infrastrukturen und Länder bzw. Kulturen (Kapitel 2).

Da die *Akteursvielfalt* innerhalb transnationaler Öffentlichkeiten im Internet ein zentraler Maßstab für die Beurteilung ihrer Beschaffenheit ist und somit auch im Zentrum des Erkenntnisinteresses dieser Arbeit steht, wird diesbezüglich der Untersuchungsgegenstand nicht eingeschränkt. Hinsichtlich der *Inhalte* steckt der *Diskurs zur GWFK* den Rahmen der Analyse ab. Darüber hinaus wird ein *besonders geeigneter Zeitausschnitt* in diesem Diskurs gewählt (Kapitel 7.1.1). Als *mediale Infrastruktur* wird auf *WiFi-Blogs* zurückgegriffen, weil sie einerseits das gesamte Akteurs- und Themenspektrum der Wirtschafts- und Krisenberichterstattung widerspiegeln, und andererseits die Besonderheiten der Netzwerköffentlichkeit im Internet und speziell von Social-Media besonders gut repräsentieren (Kapitel 7.1.2). Bei der Auswahl der *Sprachräume und Länder* wird die traditionelle Herangehensweise der komparativen Forschung durch eine erweiterte Auswahlstrategie ergänzt, wodurch den Gegebenheiten des Internets, wie einer Verschiebung herkömmlicher sozialer Grenzen und einer größeren Durchlässigkeit, besser Rechnung getragen wird. Als gröbere Form der Grenzziehung werden *zunächst verschiedene Sprachräume* ausgewählt, die sowohl im Internet als auch im Kontext der GWFK besondere Kriterien erfüllen. In einem *zweiten Schritt* werden dann noch *Ländergrenzen* berücksichtigt, die sich innerhalb dieser Sprachräume ziehen lassen (Kapitel 7.1.3).

7.1.1 Auswahl des Untersuchungszeitraums

Die GWFK gibt im Rahmen dieser Arbeit die außergewöhnliche systemintegrierende oder -fragmentierende Gelegenheitsstruktur für die Analyse transnationaler Öffentlichkeit im Internet vor. Das sich die Krise aber wie in Kapitel 5 beschrieben über mehrere Jahre erstreckte, gilt es zusätzlich einen geeigneten Zeitraum aus diesem Diskurs auszuwählen. Grundsätzlich ist die Wahl zwischen einer Langzeitanalyse zu treffen, die Wandlungsprozesse von Öffentlichkeit nachvollzieht und einer Querschnittsanalyse, die lediglich den Status quo von Öffentlichkeit zu einem verhältnismäßig kurzen Zeitpunkt erfassen kann. Idealerweise umfasst der Forschungsstand beide Analyseformen (Brüggemann et al. 2009: 408), aber gerade *Längsschnittanalysen* sind extrem aufwendig und erfordern viele Ressourcen. Zur Messung transnationaler Öffentlichkeit im Kontext traditioneller Massenmedien liegen mittlerweile mehrere Langzeitstudien vor, die sich aber überwiegend auf die Qualitätspresse konzentrieren (Kapitel 2). Außerdem

eignen sie sich insbesondere für *Analysen, die auf Wandlungsprozesse abheben* und diese plausibel unterstellen können (Kleinen von Königslöw 2010b: 47).

Auch die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit Wandlungsprozessen, allerdings konzentriert sich das Erkenntnisinteresse auf *die Schnittmenge zweier Wandlungstendenzen, der Globalisierung und der Digitalisierung von Öffentlichkeit*, über die bislang so gut wie keine umfassenden wissenschaftlichen Erkenntnisse vorliegen. Daher stellt auch bereits eine Querschnittsanalyse zu einem bestimmten Zeitpunkt einen wichtigen Erkenntnisfortschritt dar, auf dem zukünftige Längsschnittanalysen aufbauen können. Bei der Interpretation der Daten muss aber berücksichtigt werden, dass der Grad an Transnationalität der Internetöffentlichkeit zu einem bestimmten Zeitpunkt gemessen wird, und nicht die Transnationalisierung von Internetöffentlichkeit über einen längeren Zeitraum hinweg (Pfetsch/Heft 2015: 37).

Nach einer Vorstudie zum Postingaufkommen von WiFi-Blogs wurde im Rahmen dieser Arbeit *ein zehntägiger Zeitabschnitt für die Analyse* ausgewählt, was zudem ungefähr dem Aufwand entspricht, den andere, auf Vernetzung abzielende Internetstudien betrieben haben (z. B. Hyun 2012; Nurnbergk 2013: 310).⁸⁷ Der vermeintliche Nachteil *einer natürlichen Woche*, dass sich hier Schwankungen des Ereignishorizonts in den Daten widerspiegeln (Rössler 2010: 60) ist also ausdrücklich gewünscht und wird billigend in Kauf genommen und bei der Dateninterpretation entsprechend berücksichtigt.

Der zehntägige Zeitabschnitt sollte insgesamt *verschiedene Bedingungen* erfüllen, um für die Analyse transnationaler Internetöffentlichkeit geeignet zu sein. Erstens sollte es sich um eine Phase der Krise handeln, in der ihr besonders *große Aufmerksamkeit von breiten Bevölkerungsschichten* geschenkt wurde. Zweitens sollte der Zeitraum Krisenaspekte umfassen, die *besondere Kontroversen zwischen verschiedenen Akteuren und Akteursgruppen* zum Vorschein brachten. Drittens sollte der Zeitraum *zum Zeitpunkt der Analyse nicht allzu weit zurückliegen*, sodass die Datengewinnung nicht gefährdet ist. Viertens sollte der Zeitraum *eindeutig abgrenzbar*

⁸⁷ Die für Inhaltsanalysen empfohlene Konstruktion künstlicher Wochen eignete sich in dieser Arbeit nicht, da als abhängige Variable die transnationale Vernetzung im Internet gemessen werden soll (Rössler 2010: 59). Dadurch würde ein unrealistisches Netzwerk erstellt, das in dieser Form nie zeitgleich existiert hat. Das Vorgehen ist davon abhängig, ob man eher dauerhaft bestehende Vernetzungsstrukturen im Internet misst (Verlinkungen zwischen Blogs über die Blogroll =Angebots-ebene), oder dynamische und kurzfristige Vernetzungsstrukturen (Links in Beiträgen/Social-Media-Posts =Diskursebene) (Bucher/Büffel 2006: 139).

sein und in den oben gewählten zehntägigen Rahmen passen. Fünftens sollte der Analysezeitraum *möglichst viele verschiedene* der in Kapitel 5.1 beschriebenen *Krisenaspekte abdecken* und sechstens *möglichst viele Sprachräume und Länder betreffen*, um den Rahmen für transnationale Öffentlichkeit so weit wie möglich zu öffnen.

Gemäß diesen Bedingungen wurden *die Tage vom 09. bis einschließlich 18. Juni 2012* ausgewählt. Bei dieser Phase handelt es sich um *einen der Höhepunkte der Eurokrise*. Im Zentrum der Aufmerksamkeit stand die öffentliche Verlautbarung der spanischen Regierung, Hilfsmittel bei der EU beantragen zu müssen (Arrese 2015: 97; Kleinnijenhuis/Schultz/Oegema 2014: 14).⁸⁸ In den verschiedenen nationalen Öffentlichkeiten weltweit und insbesondere den europäischen wurde diskutiert, welche Ursachen zu der Krise in Spanien geführt hatten, ob dem Land Unterstützung aus dem europäischen Rettungsschirm gewährt werden sollte, wie diese Hilfen konkret aussehen und welche Bedingungen an sie geknüpft sein sollten (Krüger 2013: 79-84). Parallel zeigte sich seit Beginn des Jahres 2012, dass Griechenland ebenfalls weiterer finanzieller Unterstützung bedurfte, auch Italien schwächelte und es kam weltweit erneut zu Einbrüchen am Aktienmarkt. Mit Spanien war zum ersten Mal eine größere europäische Volkswirtschaft von einem Staatsbankrott bedroht. Dadurch erlangte die Eurokrise ein Ausmaß, das die Existenz der Währungsunion und sogar der politischen Gemeinschaft gefährdete (Krüger 2013: 79-84; Zapf-Schramm 2013: 174-178).

Neben dem europäischen Schwerpunkt, der auch jenseits des Atlantiks beobachtet und besorgt diskutiert wurde, kam es in den USA und in anderen Ländern zu verschiedenen Gerichtsprozessen gegen Banken und Banker (z. B. der Prozess gegen Jamie Dimon) im Kontext der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise (Zapf-Schramm 2013: 174-178). In diesem Zeitraum wurde der GWFK *besondere Aufmerksamkeit* geschenkt und *die meisten Krisenaspekte parallel* diskutiert. Es handelt sich dadurch um einen erneuten Höhepunkt der Unsicherheit in der Bevölkerung, der gleichzeitig

⁸⁸ Bereits ab Mai 2012 wurde weltweit spekuliert, dass die spanische Regierung gezwungen sein werde, ebenfalls Hilfgelder aus dem Euro-Rettungsschirm beantragen zu müssen. Am 9. Juni 2012 wurde öffentlich bekannt gegeben, dass Spanien einen offiziellen Antrag auf Hilfgelder bei der EU stellen wird. Am 25. Juni 2012 wurde der offizielle Antrag dann schlussendlich durch den damaligen spanischen Wirtschaftsminister Luis de Guindos eingereicht. Am 20. Juli 2012 wurden Spanien von der Eurogruppe Hilfgelder im Wert von 100 Milliarden Euro bewilligt, die ab Dezember 2012 ausgezahlt wurden. Das Land musste insgesamt nur ein Jahr lang die Unterstützung durch den ESM in Anspruch nehmen.

zahlreiche Länder betraf (Kleinnijenhuis/Schultz/Oegema 2014; Krüger 2013: 79-84; Zapf-Schramm 2013: 174-178).

Die *zahlreichen Konfliktlinien zwischen Ländern und Akteuren* entfalten sich im Sommer 2012, sodass über die verschiedenen Ursachen, Maßnahmen und Verantwortlichkeiten öffentlich gestritten wurde (Kleinnijenhuis/Schultz/Oegema 2014: 13-14). Es kam in dieser Phase also zu einer weiteren *Politisierung der Öffentlichkeit* (Roose 2015: 440). Im Gegensatz zu anderen Krisenschwerpunkten, wie beispielsweise der Griechenlandkrise oder verschiedenen Bankenpleiten, die zyklisch immer wieder aufflamten, *lässt sich die Spanienkrise eindeutig abgrenzen und sie kondensiert verschiedene Krisenaspekte auf einen verhältnismäßig kurzen Zeitraum*. Anfang Juni bat die spanische Regierung um Hilfsmittel bei der EU, die ihr im Juli 2012 zugestanden wurden. Auch wenn die Probleme Spaniens bereits zuvor antizipiert wurden, so setzte doch die öffentliche Diskussion insbesondere nach dem öffentlichen Hilfsantrag ein. Ein ähnliches Diskussionsverhalten wurde auch für andere Entscheidungen über EU-Hilfsmaßnahmen ermittelt. Insbesondere in den europäischen Krisen- und Nettozahlerländern stieg die öffentliche Debatte jeweils massiv an (Roose 2015: 440). Daher ist dieser Krisenabschnitt für die vorliegende Arbeit ein gut geeigneter Analysezeitraum.

7.1.2 Auswahl der zu analysierenden medialen Infrastruktur

Hinsichtlich der medialen Infrastruktur wird als Ausschnitt des Internets *die Wirtschafts- und Finanzblogosphäre* gewählt. Aufgrund seiner Größe und den fehlenden Informationen zu seiner Beschaffenheit kann weder das gesamte Internet in Vollerhebungen untersucht werden, noch ist es möglich repräsentative oder Quotenstichproben zu ziehen. Selbst thematisch stark begrenzte Studien können immer nur einen sehr kleinen Ausschnitt in den Blick nehmen (Koopmans/Zimmermann 2010: 171). Daher fiel auch im Rahmen dieser Arbeit die Entscheidung auf *eine bewusste Auswahl* (Wellmann 2003: 139).

Zu diesem Zweck galt es einen Ausschnitt aus dem Internet auszuwählen, der sich besonders *gut zur Analyse transnationaler Öffentlichkeit eignet*, möglichst *die Vielfalt spezifischer Eigenschaften der Internetöffentlichkeit repräsentiert* und *einen entscheidenden Beitrag zu dem Diskurs der GWFK geleistet* hat. WiFi-Blogs erfüllen alle drei Bedingungen gleichermaßen (Kapitel 5.3.3).

Wie Blogs generell kennzeichnet sie eine *hohe grenzüberschreitende Ausrichtung* (Kapitel 4.5). Die technische Infrastruktur per se ist transnational nutzbar, auch wenn dies nationale und kulturspezifische Gebrauchsweisen der Technologie nicht ausschließt (Moe 2010). Während das transnationale Potenzial für politische Blogs bereits ansatzweise erforscht wurde, ist dies für WiFi-Blogs noch nicht der Fall (Hyun 2012). Im Bereich der Wirtschaft lässt sich noch eher als im Bereich der politischen Blogs plausibel annehmen, dass die transnationale Entgrenzung besonders weit vorangeschritten ist. Lassen sich in diesem Blogformat keine nennenswerten Strukturen transnationaler Öffentlichkeit nachweisen, ist es recht unwahrscheinlich, dass sie an anderer Stelle des Netzes vorhanden sind.

Gleichzeitig *verkörpern Blogs viele der spezifischen Eigenschaften der Internetöffentlichkeit*, wie den offenen Zugang, flexible Angebotsstrukturen und Hyperlinkstrukturen (Kapitel 3.4), weshalb sie auch diesbezüglich im Rahmen dieser Arbeit einen gut geeigneten Untersuchungsgegenstand darstellen. Besonders die Kombination aus Subjektivität und Vernetzung macht Blogs zu idealen Untersuchungsgegenständen für die Analyse des Nebeneinanders und der gegenseitigen Abhängigkeit von individuellem Handeln und sozialen Strukturen gleichermaßen (Bucher 2005: 204).

Eine häufige Schwäche der wenigen vorhergehenden Studien zu transnationaler Internetöffentlichkeit soll an dieser Stelle nicht wiederholt werden. Diese Studien kommen häufig zu dem Schluss, dass die Internetöffentlichkeit nicht transnationaler sei, als die Öffentlichkeit traditioneller Massenmedien, und sich auch in anderen Aspekten nur wenig von dieser unterscheidet (Kapitel 4). Allerdings ist diese Erkenntnis zu einem großen Anteil ein Artefakt der jeweiligen Stichprobenziehung, da sich die Analysen meist ausschließlich auf Internetabnehmer traditioneller Massenmedien konzentrieren (Neidhardt 2015: 301). Damit wird zwar ein bedeutender Teil der Internetöffentlichkeit gemessen, aber eben auch ein *Bereich* überbetont, in dem nicht alle internetspezifischen Potenziale, allen voran *partizipative Elemente, voll zum Tragen kommen*. Wenn andere Formate, meist Blogs, einbezogen werden, dann handelt es sich nur um vereinzelte A-List-Angebote. Eine Analyse transnationaler Internetöffentlichkeit auf der Grundlage einer großangelegten Blogstichprobe steht bislang noch aus (Vaccari 2015: 5), obwohl es noch nie zuvor so einfach war, ein transnationales Sample an Internetmediendaten aus verschiedenen Ländern zu gewinnen (Rössler 2012: 466-467).

Und auch für die Messung der Vernetzung bietet das Internet Vorteile. Da Informationen über Beziehungen und Interaktionen zwischen Akteuren,

Angeboten und Inhalten im Internet unaufdringlich (unobtrusive) gesammelt werden können, wird das interessierende soziale Verhalten durch die Datensammlung nicht beeinflusst (Halavais 2008; Hogan 2008: 144; De Maeyer 2012: 739).

Als eines der ältesten Social-Media-Angebote sind Blogs außerdem *gut etabliert und fester Bestandteil des Angebotsmixes im Internet*, nicht nur bei jüngeren Bevölkerungsgruppen. Im Gegensatz zu anderen Formaten ermöglichen sie durch ihre flexible Angebotsstruktur prinzipiell auch die Publikation längerer Beiträge. Die bisherige Forschung konnte zeigen, dass sie vor allem *als meinungsstarkes und diskussionfreudiges Format zu öffentlichen Diskursen im Internet* beitragen (Kapitel 3.4). Als solches entsprechen Blogpostings im Internet am ehesten den Kommentaren bzw. deliberativen Beiträgen in traditionellen Offlinemedien, die bislang die hauptsächliche Datengrundlage für die Erforschung transnationaler Öffentlichkeit bildeten (Kapitel 2).

Auch im Rahmen der GWFK spielten WiFi-Blogs eine bedeutende Rolle (Kapitel 5.3.3). In dem Anbieter- und Themenspektrum dieses Blogformats spiegelt sich *die gesamte Vielfalt der Wirtschaftsberichterstattung* allgemein und *der spezifischen Krisenberichterstattung* wider. Es dominieren Akteure, die der gesellschaftlichen Elite angehören, wie Wirtschaftswissenschaftler, Wirtschaftsjournalisten und Finanzmarktanalysten. Sie werden aber vereinzelt ergänzt durch *partizipative Akteure*. Während es sich bei der Wirtschafts- und Krisenberichterstattung im Internet vielfach lediglich um Zweitverwertung von Informationen handelt, publizieren Blogs noch am ehesten *originäre Inhalte* (Kapitel 5.3.2). Außerdem kann aufgrund der engen Verzahnung der Wirtschafts- und Finanzblogosphäre mit den traditionellen Massenmedien sowie anderen Social-Media-Angeboten (Kapitel 5.3.3) angenommen werden, dass eine große, *intensive öffentliche Berichterstattung der Diskussion in den traditionellen Massenmedien* im Untersuchungszeitraum *auch zu einer großen Resonanz in der Wirtschafts- und Finanzblogosphäre führt*. Ähnliches wie für das Ausmaß des öffentlichen Diskurses gilt vermutlich auch für den *Politisierungsgrad*. Eine gesteigerte Politisierung der traditionellen Berichterstattung führt wahrscheinlich zu einer weiteren Steigerung der ohnehin schon politisierteren Blogosphäre.

Untersucht man transnationale Öffentlichkeit im Internet konsequent als Netzwerk, muss ein Seed-Netzwerk bestimmt werden. Dies kann einerseits inhaltlich über Themen oder Ereignisse und andererseits akteurs- bzw. angebotsspezifisch geschehen. Während der inhaltliche Rahmen dieser Arbeit mit der GWFK also so gesteckt wurde, dass er transnationale Integration und Fragmentierung im Rahmen der Internetöffentlichkeit gleichermaßen

ermöglicht, konzentriert sich *die Auswahl der medialen Infrastruktur* mit *WiFi-Blogs* auf einen „easy case“ für transnationale Öffentlichkeit. Auch wenn das Format aufseiten der Anbieter eine große Vielfalt zulässt, handelt es sich im Vergleich mit anderen Internetangeboten und Offlinemedien vermutlich um eine internetspezifische „transnational class of experts“ (Mau 2010: 128). Genau wie Globalisierungsprozesse allgemein nicht homogen über alle Akteure und Akteursgruppen hinweg verlaufen, bilden auch im Internet einzelne Akteure wie WiFi-Blogger eine Gruppe *transnationaler Pioniere*.

7.1.3 Auswahl der zu analysierenden nationalen und kulturellen Öffentlichkeiten

Hinsichtlich der Auswahl der nationalen und kulturellen Untersuchungseinheiten, die im Rahmen dieser Studie berücksichtigt werden sollen, muss die Strategie aus mehreren Gründen über das klassische Vorgehen der komparativen Kommunikationsforschung⁸⁹ hinausgehen, das sich dennoch zunächst als Ausgangspunkt anbietet:

Erstens ist die *Nation als primäre makrosoziale Vergleichseinheit längst nicht mehr unumstritten*, wenn auch nicht obsolet allein schon wegen der nationalen Verankerung von Regierungsstrukturen. Auch wenn Globalisierungsprozesse Länder als Vergleichseinheiten zunehmend in Frage stellen, scheint ein globales Kommunikationssystem ohne nationale Unterschiede dennoch in naher Zukunft nicht Realität zu werden. Selbst globale Veränderungsprozesse werden in verschiedenen Ländern unterschiedlich gefiltert und dem jeweiligen Kontext angepasst (Kapitel 2.2). Die Bedeutung nationaler Grenzen für die soziale Strukturierung bleibt im Einzelfall eine empirische Frage, der im Rahmen dieser Arbeit nachgegangen werden soll.

Gerade in der komparativen Kommunikationsforschung werden somit zunehmend Forderungen geäußert, *neue makrosoziale Einheiten* wie Medi-

⁸⁹ Komparative Forschung kann weiter oder enger gefasst werden: In einem weiteren Verständnis gelten alle Studien als komparativ, die Vergleiche über geografisch oder historisch (je wahlweise räumlich oder zeitlich) definierte Systeme anstellen (Blumler/McLeod/Rosengren 1992: 7). In einem engeren Sinne gilt eine Studie als komparativ, wenn zwei oder mehr Nationen miteinander in Bezug auf ein gemeinsames Phänomen oder eine gemeinsame Aktivität verglichen werden (Livingstone 2012: 417; Esser/Hanitzsch 2012: 5-7).

ensysteme, politische Kommunikationssysteme, politische Kommunikationsumgebungen oder politische Kommunikationsprozesse zu verwenden⁹⁰, bei denen nationale Kontexte um kulturelle Faktoren ergänzt werden (Norris 2011; Pfetsch/Esser 2014: 90-93). Andere fordern den Einschluss trans- und supranationaler Einflussvariablen in die Analysen um transnationale Kommunikationsflüsse mitzubersichtigen (Hanitzsch/Esser 2012: 512-513; Livingstone 2012: 424; Pfetsch/Esser 2012: 41; Wessler/Brüggemann 2012: 42-42, 44). Die Versuche, die Methodik und das Forschungsdesign an Globalisierungstendenzen anzupassen sind allerdings äußerst unterschiedlich (Esser/Vliegenthart 2016: 23-25). Über die Forderung die nationale Vergleichseinheit zu erweitern und verschiedenste Vorschläge zur Lösung dieses Problems hinaus, besteht keine Einigkeit über ein geeignetes Vorgehen diesbezüglich.

Zweitens *erschwert die netzwerkartige mediale Infrastruktur des Internets eine Erfassung nationaler Grenzen*. Diese sind zwar auch dort vorhanden, verschwimmen aber viel stärker und können potenziell leichter überschritten werden, als unter den Bedingungen traditioneller Massenmedien, die noch stärker in nationale Mediensysteme mit nationaler Regulierung und Medienpolitik eingebunden sind (Kapitel 4). Da im Internet unter anderem räumliche Grenzen leichter überwunden werden können, *spielen neben nationalen auch sprachliche Grenzen eine wichtige Rolle* beim Zugang zu Informationen und daher auch bei der sozialen Strukturbildung (Barnett/Lee 2002; Barnett/Sung 2006: 218).

Leider werden die zahlreichen *Aspekte des Internets in vielen bisherigen Ländertypologien*, wie beispielsweise der von Hallin und Mancini (2004; 2012a), in der komparativen Kommunikationsforschung *allenfalls marginal einbezogen* (Pfetsch/Esser 2012: 33). Über die genaue Beschaffenheit verschiedener nationaler Internetlandschaften existieren bislang höchstens vereinzelte Schätzungen und kein vergleichender Gesamtüberblick oder gar eine Typologie (Hasebrink 2012: 390-391). Dadurch erscheint eine Länderauswahl ausschließlich auf Basis herkömmlicher Typologien im Rahmen dieser Studie nur bedingt sinnvoll. Hinzu kommt *die Schwierigkeit einzelne Internetangebote, wie beispielsweise WiFi-Blogs konkreten nationalen Kontexten zuzuordnen*. Auch hier erscheint ein differenzierteres, mehrdimensionales Vorgehen sinnvoller.

⁹⁰ Die verschiedenen makrosozialen Einheiten dienen in der komparativen Forschung einerseits der Begründung der Auswahl und andererseits der Erklärung von Unterschieden und Gemeinsamkeiten zwischen den untersuchten Einheiten (Pfetsch/Esser 2014).

Drittens *bezieht sich das primäre Erkenntnisinteresse dieser Studie vorrangig auf die Vernetzung* verschiedener nationaler und kultureller Öffentlichkeiten und somit auf *die Überschreitung von Grenzen* und nicht ausschließlich auf den Vergleich einzelner nationaler und kultureller Einheiten. Dadurch erfüllt sie ein Desiderat der transnationalen Öffentlichkeitsforschung aus den neunziger Jahren, in der Internetforschung eine kulturelle Perspektive netzwerktheoretisch zu verorten und empirisch zu analysieren (Kapitel 2.2). Da aber der Weg dorthin über die Messung der Verwendung von Vernetzungsindikatoren und der Vernetzung innerhalb dieser Einheiten führt, spielen auch der Vergleich und somit komparative Auswahlverfahren eine, wenn auch untergeordnete, Rolle (Wessler/Brüggemann 2012: 44-45). Gerade für die Analyse von Grenzüberschreitungen ist wichtig, die in dieser Hinsicht relevanten Grenzen vorab klar zu definieren. In diesem Sinne wird der Auffassung Hardys (2012) gefolgt, der den komparativen Ansatz am geeignetsten hält, um systematisch die Veränderungen von Nationen zu untersuchen und dabei die Komplexität und ungleiche Verteilung transnationaler Phänomene zu berücksichtigen.

Komparative Studien sind allerdings *methodisch äußerst anspruchsvoll* (Blumler/McLeod/Rosengren 1992: 3; Kleinsteuber 2003: 395; Livingstone 2012: 416), da sich der methodische Aufwand nicht nur um die in die Analyse einbezogenen Länder potenziert, sondern darüber hinaus noch weitere Aspekte hinzutreten. Gerade wenn nationale Grenzen um weitere Grenzziehungen erweitert werden, steigt der methodische Aufwand enorm an (Mau 2010: 165). Komparative Studien sind wissenschaftlich aber absolut notwendig, weil nur durch sie räumliche und zeitliche Limitierungen der Generalisierung von Theorien, Annahmen und Lehrsätzen überwunden werden können. Zu den Problemen, die es im Rahmen komparativer Studien abzuwägen gilt, gehören beispielsweise das Ausmaß der Untersuchungseinheiten, unterschiedliche Standards, Bedeutungen, Praktiken und lokale Variation in den Untersuchungsländern (Livingstone 2012: 420).⁹¹

⁹¹ Eine vielzitierte Besonderheit ist das sogenannte Galton'sche Problem, dass die Trennschärfe bzw. Grenzziehung zwischen den Untersuchungseinheiten in Frage stellt (Wessler/Brüggemann 2012: 42-42). Der Anthropologe Sir Francis Galton hat das Problem beschrieben, ob Unterschiede zwischen Einheiten, in diesem Fall verschiedene Kulturen, tatsächlich auf diese selbst zurückgeführt werden können, oder ob sich die Einheiten nicht auch gegenseitig beeinflussen. Gerade Länder sind keine geschlossenen Einheiten. Zu Zeiten ausgeprägter Globalisierung und internationaler Vernetzung wird das Problem noch augenscheinlicher (Wessler/Brüggemann 2012: 42-43).

Wie bereits erwähnt, sind Zufallsstichproben für komparative Studien eher ungeeignet und nur äußerst schwer zu realisieren (Rössler 2012: 461-462). Das gleiche gilt auch für Studien, die sich auf die Analyse von Vernetzung konzentrieren.⁹² Eine *gut begründete bewusste Auswahl* ist deshalb bei der vorliegenden Arbeit die einzig richtige Wahl. Die Auswahl der makrosozialen Einheiten wird aus der Theorie und Fragestellung abgeleitet (Hantzsch/Esser 2012: 505; Wessler/Brüggemann 2012: 42).

Aufgrund des dünnen komparativen Forschungsstands zu Internetangeboten baut die Auswertung auf der Beschreibung länderspezifischer Blogosphären auf. Gerade in der Erforschung transnationaler Medienevents, transnationaler Medien oder Diasporagemeinschaften, liegt ein entscheidender Mehrwert der vorliegenden Studie (Livingstone 2012: 421-422). Die Stichprobe muss also in Bezug auf die makrosozialen Kontexte mehreren Ansprüchen gerecht werden. In einem ersten Schritt müssen Einheiten ausgewählt werden, von denen angenommen werden kann, dass sie untereinander überhaupt vernetzt sind bzw. für die es unter öffentlichkeitstheoretischen Gesichtspunkten wünschenswert wäre, wenn sie miteinander vernetzt sind. Außerdem müssen diesbezüglich internetspezifische Kontextfaktoren berücksichtigt werden. Es können nur Einheiten für die Analyse herangezogen werden, in denen das Internet eine entsprechend wichtige Rolle spielt bzw. einen relevanten Verbreitungsgrad erlangt hat (Hasebrink 2012: 388). Zusätzlich müssen die beschriebenen Ansprüche unter den spezifischen Bedingungen der GWFK erfüllt werden.

Makrosoziale Einheiten können in der komparativen Forschung verschiedenartig abgesteckt werden, beispielsweise über strukturelle, kulturelle, politische, territoriale, funktionale oder zeitliche Kriterien (Esser/Vliegenthart 2016: 5). Auch die Anzahl der gewählten Einheiten will gut überlegt sein. Üblich sind *komparative Studien* mit *zwei bis drei unterschiedlichen Vergleichseinheiten*. Mit jeder weiteren Einheit nimmt zwar die Generalisierbarkeit zu, aber die analytische Tiefe der gewonnenen Ergebnisse eher ab. Wichtig bei der Auswahl der Einheiten ist ebenfalls die Sicherung von Äquivalenz (Rössler 2012: 461-462), die allerdings im Internet mangels Informationen über die Beschaffenheit einzelner nationaler

⁹² Studien zu transnationaler Vernetzung im Internet begründen die Auswahl der makrosozialen Einheiten, wie Sprachräume oder Länder, wenn überhaupt, überwiegend forschungspragmatisch (z. B. Hale 2012, 2014; Barnett/Sung 2006). Die meisten dieser Studien beinhalten keine komparativen Forschungsfragen. Auch die wenigen komparativen Studien zu Internetinhalten ersparen sich häufig eine wünschenswerte ausführliche Begründung und Einordnung der untersuchten Länder (z. B. Michailidou/Trenz/de Wilde 2014).

Kontexte erheblich erschwert ist. Im Rahmen dieser Studie *wird ein mehrschrittiges Vorgehen* gewählt, das *neben der Nation weitere makrosociale Einheiten* in den Blick nimmt, so ähnlich wie es von verschiedenen Autoren, unter anderen Livingstone (2012: 424), Hasebrink (2012: 394) oder Pfetsch und Esser (2014: 90), bereits gefordert wurde, um den oben geschilderten Ansprüchen und Herausforderungen möglichst gut gerecht werden zu können.

In einem *ersten Schritt (1)* wird die Stichprobe *auf drei Sprachräume begrenzt*.⁹³ Analog zu den meisten komparativen Studien, die meist zwei bis drei Einheiten analysieren, lassen sich mit dieser Anzahl von Vergleichseinheiten bereits allgemeine Aussagen treffen. Um Sprachräume auszuwählen, für die eine starke Vernetzung untereinander wahrscheinlich ist⁹⁴, kann der „Cosmopolitan Communications Index (CCI)“ von Norris (2012: 363-366; Norris/Inglehart 2009) als erster Anhaltspunkt herangezogen werden.⁹⁵ Auf der Basis verschiedener Globalisierungsindikatoren klassifizieren sie 120 Länder weltweit. Allerdings spielt auch bei dieser Klassifizierung von Ländern das Internet nur eine äußerst marginale Rolle.

Die Länder lassen sich anhand der *jeweiligen Amtssprache* wiederum verschiedenen Sprachräumen zuordnen. In der überwältigenden Mehrheit der *Länder mit einem hohen Globalisierungsgrad* ist Englisch die, oder zumindest eine der offiziellen Landessprachen, gefolgt von Spanisch. Deutsch

⁹³ Genau wie nationale und anderen kulturelle Einheiten sind auch Sprachen nicht einfach voneinander abzugrenzen. Die Grenzziehungen zwischen verschiedenen Sprachen und Dialekten sind häufig fließend (Hinnenkamp 2010: 28; White/Godart 2010: 275).

⁹⁴ Ein ähnliches Vorgehen schlägt Livingstone (2012: 419) vor: Die Länderauswahl soll in erster Linie dem Prinzip folgen, ob das interessierende Phänomen auch tatsächlich in den Ländern vorkommt und gemessen werden kann, während die Sicherung von Vielfalt nachrangig sei.

⁹⁵ Der CCI basiert auf drei locker miteinander verbundenen Dimensionen: Externen Barrieren (z. B. Einfuhrzölle und Steuern auf den Import von ausländischen Kulturgütern und -dienstleistungen und Restriktionen der Mobilität von Personen wie dem internationalen Tourismus, Reisen und der Arbeitskraftmobilität), internen Barrieren der Medienfreiheit (z. B. rechtliche Rahmenbedingungen wie Meinungsfreiheit, das Ausmaß der versuchten Einschüchterung von Journalisten und Medien und dem Grad staatlicher Eingriffe in das Mediensystem anhand des Freedom House Indexes) und entwicklungsspezifischen Limitierungen des Medienzugangs (z. B. der ökonomische Entwicklungsstand anhand des BIPs pro Kopf eines Landes) (Norris 2012). Das globalisierteste Land laut CCI ist Luxemburg, gefolgt von der Schweiz, den skandinavischen Ländern, den USA, Belgien, Finnland und den Niederlanden. Insgesamt weisen insbesondere kleinere Länder, größere westeuropäische und englischsprachige Länder einen hohen kosmopolitischen Kommunikationsindex auf (Norris 2012: 364f.).

wird ebenfalls in mehreren hochglobalisierten Ländern gesprochen. In acht (14,8 %) der 54 überdurchschnittlich hoch globalisierten Ländern des CCI ist Englisch die alleinige Amtssprache. In drei (5,5 %) weiteren dieser Länder stellt Englisch zumindest eine von mehreren Amtssprachen dar. Insgesamt sind also 20,39 % der hoch globalisierten Länder englischsprachig. In fünf Ländern (9,26 %) ist Spanisch (i. S. v. Kastilisch) eine der offiziellen Landessprachen und in drei Ländern Deutsch (5,5 %) (Norris 2012: 365). Diese drei Sprachräume decken somit zusammen also über ein Drittel (ca. 35 Prozent) der laut CCI hoch globalisierten Länder weltweit ab. In den anderen überdurchschnittlich hoch globalisierten Ländern werden jeweils unterschiedliche Sprachen gesprochen. Englisch und Spanisch sind darüber hinaus auch die Amtssprachen in zahlreichen *weniger hoch globalisierten Ländern* (Norris 2012: 365).

Daher werden im Rahmen dieser Arbeit *deutsch-, englisch- und spanischsprachige Angebote* in die Analyse einbezogen. Da es sich bei den Ländern dieser drei Sprachräume vielfach um moderne Industrieländer handelt, für die in der wissenschaftlichen Literatur die größten Effekte von Globalisierungs- und Digitalisierungsprozessen konstatiert werden (Kapitel 2.3), ist ein relativ hoher kommunikativer Vernetzungsgrad zwischen diesen Ländern plausibel anzunehmen, gerade auch durch die gemeinsame Einbindung in transnationale Netzwerke (Mau 2010: 49).⁹⁶

Außerdem sind diese Länder häufig benachbart, teilen also auch eine gewisse geografische Nähe, die einen intensiven Austausch wahrscheinlicher macht. Aus diesen Gründen gehören Länder wie Großbritannien, Deutschland und Spanien zu den häufig untersuchten Ländern transnationaler Öffentlichkeitsforschung, was wiederum die Vergleichbarkeit dieser Studie sichert.

Aufgrund des unterschiedlichen Umfangs der Sprachräume lässt sich somit zumindest ansatzweise das von Bohman (2004: 147) konstatierte „dilemma of scale“ der transnationalen Teilhabe an politischer Kommunikation überprüfen. Das besagt, dass es für einzelne Bürger umso schwerer ist in der entsprechenden Öffentlichkeit Einfluss zu nehmen oder dort an gleichberechtigten Entscheidungsprozessen teilzuhaben, je größer eine Sprachgemeinschaft ist. In größeren Sprachgemeinschaften wird eine par-

⁹⁶ Bereits in Kapitel 2 wird ausgeführt, dass Transnationalisierung kein linearer und über die gesamte Welt gleichmäßig verlaufender Prozess ist, sondern stattdessen sprunghaft mit großen regionalen Ungleichheiten abläuft. Daher sind wirklich globale Kommunikationsnetzwerke eher unwahrscheinlich und der Fokus auf Industrieländer in dieser Arbeit gerechtfertigt (Mau 2010: 55).

tizipatorische oder gar deliberative öffentliche Kommunikation immer unwahrscheinlicher. Er formuliert diese These allerdings vor dem Hintergrund traditioneller Massenmedien und äußert die Hoffnung, dass dieses Dilemma im Internet umgangen oder zumindest abgemildert werden könnte (Bohman 2004: 147).

Dennoch *variieren die Nationen dieser Sprachräume* hinsichtlich der in ihnen dominierende *Modelle von Öffentlichkeit* (Wessler 2008b: 223-224). Nach der Differenzierung von Ferree et al. (2002a,b) herrscht beispielsweise *in Deutschland ein repräsentativ liberales Ideal von Öffentlichkeit* vor, mit einer hohen Elitendominanz und einem verhältnismäßig zivilen Diskursstil. In den *USA* dominiert dagegen *das partizipatorisch liberale Modell von Öffentlichkeit*, mit einem hohen Einbezug der Bürger und einer großen Bandbreite an unterschiedlichen Diskursstilen.

Alle drei Sprachräume umfassen Länder mit *einer kolonialen Vergangenheit*, auch wenn diejenige englisch- und spanischsprachiger Länder wesentlich ausgeprägter ist, als diejenige deutschsprachiger Nationen. Unter anderem durch diesen kolonialgeschichtlichen Hintergrund sind auch Kontakte in Entwicklungs- und Schwellenländer sowie außereuropäische und nordamerikanische Länder anzunehmen.

Darüber hinaus sind Länder aus diesen drei Sprachräumen *in inter- und supranationale Organisationen und Regierungsstrukturen Europas und der westlichen Welt eingebunden*, die zusätzlich integrierend wirken. Außerdem handelt es sich bei diesen drei Sprachen, wie bereits ausgeführt wurde, um dominierende Sprachen im Internet (Kapitel 4.1.3). In Himelboims (2010) Einteilung von Nachrichtenwebsites aus 73 Ländern anhand der World Systems-Theorie und ihrer externen Verlinkung gehören die für diese Arbeit ausgewählten Sprachräume und Länder alle *zum Kern oder zur Semi-Peripherie*.

Darüber hinaus spielen diese drei Sprachräume, indem sie viele der westlichen Industrieländer umfassen, *auch im Kontext der GWFK eine zentrale Rolle*. Sie decken *die verschiedenen geografischen Krisenherde* ab (Kapitel 5.1). Zu ihnen gehören Länder wie die USA, von denen die Krise ursprünglich ausging und die gemeinsam mit Großbritannien zu den großen Finanzzentren der Welt gehören, aber auch Deutschland als klassisches Produktions- und Exportland. Außerdem umfassen sie verschiedene nord- und südeuropäische Länder, die sich im Rahmen der Krise teilweise mit unterschiedlichen Problemlagen konfrontiert sahen und auch in Studien im Vorfeld der Krise bereits ein abweichendes Framing aufwiesen (Wessler et al. 2008: 15). Mit Spanien wird ein sogenanntes Krisenland berücksichtigt und mit Deutschland ein Geberland (Drewski 2015: 28). Zusätzlich umfassen

sie die verschiedenen ökonomischen und politischen Positionen zu Ursachen und Lösungen der Krise, die von verschiedenen Ländern vertreten wurden.

In einem *zweiten Schritt*, der auf dem ersten aufbaut, werden dann *konkrete Länder* zur Analyse herangezogen, die *den einzelnen Sprachräumen zugewiesen* werden können.⁹⁷ Alle über die sprachräumlichen Indikatoren ermittelten Untersuchungseinheiten werden im Rahmen der Analyse einer Nation zugeordnet und auf dieser Basis werden für ausreichende Fallzahlen die Analysen für die entsprechenden Länder wiederholt und den sprachräumlichen Ergebnissen gegenübergestellt.

Durch die Eingrenzung auf deutsch-, englisch und spanischsprachige Internetangebote enthält die Stichprobe *einen Bias in Richtung westlicher Industrieländer*, der aber *den tatsächlichen Begebenheiten der Internetöffentlichkeit* entspricht und für die plausibel anzunehmen ist, dass sie den Kern transnationaler Öffentlichkeiten bilden.⁹⁸ Dennoch ist die Stichprobe für Angebote aus Schwellen- und Entwicklungsländern und für Angebote aus anderen Weltregionen und Sprachräumen nicht gänzlich verschlossen. Englisch- und Spanischsprachige Angebote anderer Länder können ebenfalls Bestandteil des analysierten Öffentlichkeitsnetzwerkes sein, sofern sie sich prominent an dem Diskurs zur GWFK beteiligt haben (Kapitel 7.1.4). Außerdem gilt die Begrenzung auf die drei Sprachräume lediglich für das Seed-Netzwerk, also den Ausgangspunkt der Analyse (Kapitel 7.2.2). Da im Rahmen der Studie die externen kommunikativen Verweise dieser Ausgangsangebote ungeachtet der Nationalität des Linkziels bzw. des Sprechers erfasst werden, können auf diese Weise auch Internetangebote aus anderen Sprachräumen Bestandteile des erweiterten Diskursnetzwerkes sein (Kapitel 7.2.3). Durch dieses offene und teilweise explorative Vorgehen soll die westliche Brille der vergleichenden Kommunikationsforschung wenn auch nicht vollständig aufgehoben, so doch zumindest gelockert werden.

Durch *die nachträgliche Länderauswahl* kann kein striktes quasi-experimentelles Setting im Sinne eines „most-similar-systems-different-outcome“ oder „most-different-systems-similar-outcome“ geschaffen werden,

⁹⁷ Sprachräume und Nationen sind dabei in dieser Arbeit keine deckungsgleichen Einheiten. In einigen Nationen existieren mehrere offizielle Amtssprachen bzw. sind manche Sprachen die offizielle Amtssprache in verschiedenen Ländern (Heideynckx 2015: 3172).

⁹⁸ Die Vernachlässigung nicht-westlicher nationaler Kontexte beschränkt sich nicht ausschließlich auf die Auswahl der Untersuchungseinheiten, sondern betrifft auch die Theoriebildung. Es fehlt insgesamt an standardisierten Theorien der Kontextinformationen, die über den westlichen Horizont hinausgehen (Pfetsch/Esser 2012).

wie es eigentlich für die komparative Forschung etabliert und wünschenswert ist (Esser/Vliegthart 2016). In der Regel werden beide Designs kombiniert (Hanitzsch/Esser 2012: 512), wenn beispielsweise in komparativen Studien das Prinzip „maximizing diversity within a common framework“ (Livingstone 2012: 419) angestrebt wird. Die ausgewählten Länder sollten nicht zu unterschiedlich sein, damit sie die interessierenden übergeordneten Dimensionen noch teilen, aber innerhalb dieses Rahmens maximal divers sein, um eine möglichst große Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse noch zu gewährleisten. Aber auch eine umgekehrte Kombination ist denkbar (Hanitzsch/Esser 2012: 512). Insgesamt lassen sich Gemeinsamkeiten einfacher feststellen als Unterschiede und letztere sind darüber hinaus schwerer theoretisch zu erklären (Livingstone 2012: 420-421). Durch das abweichende Vorgehen in dieser Arbeit ist ein ausgereiftes komparatives Forschungsdesign folglich nur in Ansätzen gewährleistet. Da es aber primär um die Messung transnationaler Vernetzung geht und nur nachrangig um komparative Fragestellungen, ist diese Abweichung akzeptabel.

Dennoch erlauben die Ergebnisse bei allen Einschränkungen deskriptive Vergleiche und erste Hinweise im Hinblick auf die Erklärung von Strukturen auch im Ländervergleich. Um die Forschungsfragen bestmöglich empirisch beantworten zu können muss also *ein Kompromiss* gefunden werden *zwischen den bestmöglichen Bedingungen für Vernetzung und den eher strengen Anforderungen an komparative Forschungseinheiten*. Neben der Erfassung des Kommunikationskerns im Rahmen der GWFK ermöglicht das im Rahmen dieser Arbeit vertretene *zweischrittige Vorgehen, zunächst über die Sprachräume und anschließend über einzelne Nationen*, einerseits den besonderen Begebenheiten des Internets besser gerecht zu werden und andererseits können so auch periphere, nicht-westliche Länder zumindest theoretisch Eingang in die Analyse finden, sofern sie sich am transnationalen Diskurs zur GWFK in der deutsch-, englisch oder spanischsprachigen Wirtschafts- und Finanzblogosphäre beteiligt haben.

7.1.4 Stichprobenziehung: Auswahl der Angebote und medialen Inhalte

Nach der Beschreibung und Begründung der Auswahl des relevanten Untersuchungszeitraums, der WiFi-Blogs als zu analysierender medialer Infrastruktur sowie den nationalen und kulturellen Öffentlichkeiten gilt es nun im letzten Schritt *die konkrete Stichprobe* (Blogs und die medialen Inhalte innerhalb der Blogs) *auszuwählen* (Rösslers 2010: 42-45).

Wegen der bereits beschriebenen Heterogenität und Dynamik handelt es sich bei Blogs um keinen leicht zu erhebenden Forschungsgegenstand (Erlhofer 2010: 162). Obwohl die Analyse der Blogosphäre aufgrund ihrer medienspezifischen Eigenschaften eigentlich intensivere Überlegungen diesbezüglich erforderte, werden die einzelnen Aspekte der Stichprobenziehung in Blogstudien viel zu selten ausführlich diskutiert und reflektiert (Erlhofer 2010: 144). Dieser Fehler soll im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht gemacht werden.

In Bezug auf *die Stichprobenziehung von Internetinhalten gibt es nicht das eine adäquate Vorgehen*. Daher ist es besonders wichtig, das jeweilige Prozedere *genau offenzulegen und detailliert zu dokumentieren* (Erlhofer 2010: 155; Meier/Wünsch/Pentzold/Welker 2010: 115; Vogelgesang/Scharkow 2012). Auch bei der konkreten Blogauswahl muss anhand des primären Erkenntnisinteresses und entlang der forschungsleitenden Fragen entschieden werden (Meier/Wünsch/Pentzold/Welker 2010: 106). Dabei darf *die primäre abhängige Variable, die Vernetzung der Blogs untereinander*, nicht aus den Augen verloren werden. Es müssen also Blogs ausgewählt werden, zwischen denen eine Vernetzung realistisch anzunehmen und öffentlichkeitstheoretisch wünschenswert ist.

Da die Analyse der Daten um netzwerkanalytische Methoden ergänzt werden soll (Kapitel 7.2.1), erfordert die Datenerhebung aufgrund des komplexen Forschungsgegenstandes noch größere „Sorgfalt und Hartnäckigkeit“ (Jansen 2006: 74; siehe auch Erlhofer 2010: 159). Bei der Stichprobenziehung müssen *die Besonderheiten netzwerkanalytischer Methoden mitgedacht* werden. Ein geeignetes Sample aus Onlinedaten zu gewinnen ist eine große Herausforderung. Einerseits erleichtert das Internet die Stichprobenziehung insbesondere durch die Möglichkeit passiv, also ohne aktive Befragung von Akteuren Netzwerke zu extrahieren, andererseits stellt es den Forscher vor das Problem, Grenzen sozialer Netzwerke (künstlich) ziehen und selbst beurteilen zu müssen, welche der vielfachen dort abgebildeten Beziehungen tatsächlich für ihn relevant sind (Hogan 2008: 156-157). Allgemein muss der Forscher die Entscheidung treffen, ob er ein möglichst umfangreiches dafür aber grobes Gesamtbild der Strukturen erhalten, oder den Fokus eher auf die Tiefenanalyse sozialer Strukturen eines ausgewählten Netzwerk(bereich)es legen möchte (Halavais 2000: 11-12; Hogan 2008: 143).⁹⁹

⁹⁹ Hogan (2008: 143-144) unterscheidet drei Typen von Netzwerken je nach Stichprobenziehung: Gesamtnetzwerke, Ego-Netzwerke und partielle Netzwerke. Bei ers-

Da es sich bei der Blogosphäre um *ein gerichtetes Netzwerk* handelt (Hogan 2008: 150), die Verbindungen zwischen Blogs also nur selten reziprok sind, muss die Auswahl des anfänglichen Seed-Netzwerkes entsprechend ausgewogen sein, um auch periphere Angebote zu erreichen (Erlhofer 2010: 161).

Da also *die transnationale Vernetzung zwischen den Angeboten* überprüft werden soll, *darf sie nicht gleichzeitig primärer Bestandteil des Auswahlverfahrens sein*. Ein Schneeballverfahren, bei dem beispielsweise über die Blogrolls einzelner Ausgangsangebote eine Liste von Blogs in mehreren Stufen erstellt wird und wie es in vielen Blog- und Netzwerkstudien praktiziert wird (Hogan 2008: 145), ist folglich ungeeignet.¹⁰⁰ Auch eine Zufallsauswahl ist für die Analyse von sozialen Netzwerken nur bedingt geeignet, da soziale Strukturen nicht zufällig verteilt sind, sondern sich gegenseitig bedingen (Thelwall 2006: 7; Ikeda/Yasuda 2015: 1508). Es bleibt also nur *eine bewusste Auswahl anhand gut begründeter Kriterien*. In einem zweiten Schritt sollen die deutsch-, englisch- und spanischsprachigen Blogöffentlichkeiten hinsichtlich ihrer transnationalen Ausrichtung und Vernetzung miteinander verglichen werden, was *eine Auswahl äquivalenter Angebote*¹⁰¹ in den drei Sprachräumen erfordert (Vliegthart 2012: 489).

Zusätzlich zu diesen beiden durch die Forschungsfragen bedingten Anforderungen, ist die Stichprobenziehung im Rahmen dieser Arbeit mit den *Besonderheiten und Ansprüchen sowohl der komparativen als auch der Onlineforschung konfrontiert* und muss all diesen Aspekten gerecht werden. Von verschiedenen Autoren wird darauf hingewiesen, dass prinzipiell im Internet der Zugang zu ausländischen Blogs und Internetangeboten vereinfacht ist (Vaccari 2015: 5), dennoch verschärfen sich Probleme der Stichprobenziehung äquivalenter Angebote (Rössler 2008: 430; 2012: 464). Ziel

teren wird eine soziale Einheit in ihrer Gesamtheit erfasst. Bei zweiteren wird ausgehend von einer Person ihr individuelles Netzwerk erhoben und bei den dritten handelt es sich um Ausschnitte bzw. Stichproben von Gesamtnetzwerken. Gerade im Bereich des Internets lassen sich zunehmend nur partielle Netzwerke realisieren, was Probleme der Generalisierbarkeit von Ergebnissen mit sich bringt (Halavais 2000: 11-12; Hogan 2008: 145).

¹⁰⁰ Wellman (2003:127) weist zu Recht auf eine weitere Schwäche von Schneeballverfahren als Sampling-Strategie für Netzwerkanalysen hin. Dabei werden häufig Gruppengrenzen ignoriert bzw. können nicht berücksichtigt werden, weil entsprechend relevante Informationen zu den Knoten (noch) nicht erhoben wurden (Wellman 2003: 127).

¹⁰¹ Es handelt sich hier also um „equivalence of methods and administration“ (Hanitzsch/Esser 2012: 504-505) bzw. „sample equivalency“ (Rössler 2012: 461-462). Hanitzsch und Esser (2012) grenzen diese von anderen Arten von Äquivalenz ab.

der Stichprobenziehung ist also, in allen drei Sprachräumen und den zugehörigen Ländern diejenigen WiFi-Blogs auszuwählen, die zentral an dem öffentlichen Internetdiskurs zur GWFK beteiligt waren. Rössler (2012: 461-462) betont, dass es keine allgemeinen Regeln zum Erreichen von Stichprobenäquivalenz gebe, aber jede komparative Studie hinsichtlich der Stichprobenziehung eine Entscheidung in Bezug auf die Verhältnismäßigkeit der ausgewählten Angebote treffen muss: Entweder geht jede Kontexteinheit mit der gleichen Anzahl von Angeboten in die Stichprobe ein, oder aber die Auswahl repräsentiert die Spezifika des jeweiligen Mediensystems (Rössler 2012: 462).

Da im Rahmen dieser Arbeit neben dem klassischen Vergleich auch die Vernetzung ein Erkenntnisinteresse darstellt, kann diese Entscheidung hier nur zugunsten der *Berücksichtigung sprachraumspezifischer und nationaler Besonderheiten* fallen. Erschwert wird die Stichprobenziehung durch die *Medienspezifika von Blogs*, insbesondere durch die Tatsache, dass so gut wie *keine Kenntnisse über ihre Grundgesamtheit* vorliegen, diese vermutlich aus *hohen Fallzahlen* besteht und einer *hohen Dynamik* unterliegt. Und auch die *dezentralen Strukturen* im Internet erschweren die Datenerhebung (Halavais 2000: 13; Erlhofer 2010: 152; Meier/Wünsch/Pentzold/Welker 2010: 105, 109-110). Darüber hinaus handelt es sich bei Blogs um ein sowohl inhaltlich, als auch hinsichtlich der technischen Basis und des Erscheinungsbilds äußerst *heterogenes und inhomogenes Internetformat*. Einzelne Kommunikationsformen und inhaltliche Bausteine müssen häufig von Blog zu Blog individuell identifiziert werden (Erlhofer 2010: 152). Es existieren auch *keine vergleichbaren Verzeichnisse von WiFi-Blogs in den verschiedenen Sprachräumen oder Ländern* (Vaccari 2015: 5). Das Fehlen von Verzeichnissen über Ländergrenzen hinweg hat verschiedene Gründe, allen voran natürlich fehlenden Absprachen und Standards oder gar das Interesse daran. Darüber hinaus lässt sich aber bereits auf nationaler Ebene die Anzahl von WiFi-Blogs kaum bestimmen, da zu viele unterschiedliche Kategorien von Blogs existieren, die sich mit Wirtschaftsthemen befassen, und sich auch zunehmend schwerer von anderen Internetangeboten differenzieren lassen (Kapitel 5.3.3).

Eine Zufallsauswahl von Blogs ist also ausgeschlossen und es bleibt dem Forscher um Äquivalenz annähernd zu gewährleisten also lediglich die Möglichkeit *eine bewusste Auswahl*¹⁰² zu treffen, *die alle Sprachräume und*

¹⁰² Ein Großteil der Inhaltsanalysen (im deutschsprachigen Raum) und nicht nur ausschließlich von Internetangeboten, greifen auf bewusste Auswahlverfahren zurück

Länder möglichst gleichbehandelt (Rössler/Wirth 2001; Rössler 2012: 461-462; Vliegthart 2012: 489). Die Auswirkungen dieser Vorgehensweise auf die Ergebnisse müssen dann anschließend bei ihrer Interpretation berücksichtigt werden (Erlhofer 2010: 154; Rössler 2012: 462; Engesser 2013: 62). Die Ergebnisse können folglich *keinerlei Repräsentativität im Hinblick auf eine Grundgesamtheit aller deutsch-, englisch- und spanischsprachigen WiFi-Blogs* beanspruchen, sondern besitzen lediglich Gültigkeit im Rahmen dieser Stichprobe und können darüber hinaus allenfalls *erste Hinweise auf übergeordnete Trends* liefern. Dennoch erscheint eine derartige Stichprobe gerade angesichts der fehlenden Erkenntnisse zu transnationalen Blogdiskursen relevant. Zukünftige Studien können auf diesen ersten Anhaltspunkten, die über bloße Spekulation und Fallbeispiele hinausgehen, aufbauen.

Um den oben genannten, vielfältigen Anforderungen gerecht zu werden, wurde *ein zweischrittiges Vorgehen* gewählt, wie es von verschiedenen Blogforschern als bestmögliche Annäherung an die Grundgesamtheit vorgeschlagen wurde (Erlhofer 2010: 149; 162-163; Meier/Wünsch/Pentzold/Welker 2010: 119.).¹⁰³ Idealerweise gleicht das eine bewusste Auswahlverfahren die Schwächen des anderen aus, auch wenn das nicht garantiert ist. Außerdem gilt es *ein ausreichend großes, vergleichbares Sample* zusammenzustellen um nicht in eine häufige Falle komparativer Studien zu tappen, bei denen aufgrund zu kleiner Fallzahlen viele Auswertungsverfahren unmöglich sind (Vliegthart 2012: 490).

Zunächst werden für jeden der drei Sprachräume *die allgemein sichtbarsten WiFi-Blogs*, sogenannte A-List- oder Top-Blogs bestimmt (Schritt 1), in der Annahme, dass sie als etablierte Angebote im Themenbereich Wirtschaft auch im Rahmen des Diskurses zur GWFK eine entscheidende Rolle spielen. Sie repräsentieren somit mehr oder weniger dauerhafte und stabile Strukturen (transnationaler) Öffentlichkeit im Internet (Kapitel 3.4, 4.5 und 5.3.3). Ermittelt werden *die sichtbarsten Blogs über eine ausführliche Re-*

(Erlhofer 2010: 156). Rund 14 Prozent basieren sogar auf einer willkürlichen Auswahl (Fretwurst/Gehrau/Weber 2005). Gerade komparative Studien sind darüber hinaus gezwungen mit bewussten Auswahlverfahren zu arbeiten.

¹⁰³ Blogstudien mit einem zweischrittigen Datenauswahlverfahren, die darüber hinaus auch transnationale Verknüpfungen zwischen Blogs messen, stammen beispielsweise von Douai (2009: 135) und Michailidou, Trenz und de Wilde (2014). Viele Studien zu Wirtschaftsformaten im Internet verwenden ebenfalls dieses Auswahlverfahren (Dogruel/Reineck/Beck 2010: 237-241; Koopmans/Zimmermann 2010: 175).

cherche, Auswertung und Zusammenführung verschiedener Sichtbarkeitsmarker wie WiFi-Blog-Rankings, Preisausschreibungen für WiFi-Blogs sowie der prominenten Erwähnung entsprechender Blogs in traditionellen Massenmedien (z. B. Carter/Hua/Pichardo 2008; McCormack 2008, Time Magazine 2011; Gandel 2011; Hanke 2011; Brinkmann 2011; Burstyn 2012).¹⁰⁴ Dieses Vorgehen wurde in ähnlicher Form bereits bei vielen Blogstudien gewählt (z. B. Douai 2009: 135; Hyun 2012: 403; Saxton/Anker 2013; Michailidou/Trenz/de Wilde 2014).

Für die einzelnen Sprachräume wurden dann zunächst *alle Blogs, die in mindestens zwei der Sichtbarkeitsmarker vorkamen*, in die Liste eingeschlossen. Zusätzlich wurde für alle Angebote, die nur durch einen der Sichtbarkeitsmarker ermittelt wurden *der Google-Page-Rank (GPR)*¹⁰⁵ bestimmt und auf dieser Grundlage Ranglisten gebildet. Für jeden Sprachraum wurde dann eine GPR-Untergrenze festgelegt, bis zu welcher Angebote noch zusätzlich in die Analyse eingeschlossen wurden. Je Sprachraum wurden auf diese Weise ca. 150 Angebote berücksichtigt. In Ermangelung länder- und sprachraumübergreifender Sichtbarkeitsmarker und um das Vorgehen von Sprachraum zu Sprachraum, und Land zu Land dennoch äquivalent zu halten sowie die Stichprobe nicht an den realen Begebenheiten der jeweiligen Internetöffentlichkeiten vorbeizuziehen, mussten je Land bzw. Sprachraum unterschiedliche Rankings, Preisverfahren und Massenmedien genutzt werden (Anhang A1). Außerdem wurden für jeden Sprachraum eine individuelle Schwelle für den Google-Page-Rank festgelegt (deutschsprachige Blogs: 1, englischsprachige: 6, spanischsprachige: 3). Die Recherche potenzieller Angebote sowie die Bestimmung ihres GPR (Stand: 25.05.2013 via Google-Chrome-Application Get PageRank) fand im Zeitraum von Oktober 2012 bis einschließlich Mai 2013 statt. Auch wenn ein derartiges Verfahren der Dominanz der englischsprachigen und dem niedrigen Entwicklungsstand der deutschsprachigen Wirtschafts- und Finanzblogosphäre Rechnung trägt, entspricht dieses bewusste Auswahlverfahren

¹⁰⁴ Die Recherche der sichtbarsten Blogs wurde von zwei studentischen Hilfskräften unterstützt.

¹⁰⁵ Der Google Page Rank (GPR) ist ein Algorithmus, der die Bedeutung einer Website anhand ihrer Verlinkungsstruktur misst. Neben anderen Algorithmen liegt der GPR den verschiedenen Google-Suchmaschinen zugrunde. Wie alle Suchmaschinen-Algorithmen unterliegt er einer kontinuierlichen Weiterentwicklung, basiert aber primär auf der Anzahl der auf die interessierende Website verweisenden Links und wiederum dem GPR der verlinkenden Seiten. Er wird mit einer Zahl zwischen 0 und 10 ausgedrückt, wobei 10 für die am stärksten und besten verlinkten Websites steht, ein Wert, der allerdings nur theoretisch erzielt werden kann (Brin/Page 1998; Webb/Fields/Boupha/Stell 2012: 182; Hoffmann Alves 2013).

dem Anspruch der Äquivalenz hinsichtlich der Sichtbarkeit und integriert doch ausreichend Angebote je Sprachraum in die Analyse (siehe Tab. 2). Das zweite, ergänzende bewusste Auswahlverfahren zielt *auf spontane Themenöffentlichkeiten im Internet* ab, die immer wieder rund um einzelne Themen und Ereignisse entstehen und wesentlich dynamischer und flexibler sind als etablierte Internetöffentlichkeiten (Schritt 2). Teilweise beteiligen sich einzelne Blogs nur kurzzeitig an diesen Diskursen, können aber durchaus wichtige Beiträge liefern. Gerade über diese spontanen Beteiligungen erhalten zivilgesellschaftliche und ressourcenärmere Akteure Zugang zu öffentlichen Debatten. Derartige Angebote lassen sich *nur mithilfe von Blogsuchmaschinen und Suchwörtern identifizieren* (z. B. Halavais 2000: 13; Dogruel/Reineck/Beck 2010: 237-241). Rössler und Wirth (2001) empfehlen beispielsweise bei thematisch begrenzten Fokusanalysen explizit die Verwendung von Linkkatalogen oder Suchmaschinen, da durch die erhöhte Spezifität in diesen Fällen auf diesem Weg eher eine Annäherung an die Grundgesamtheit vermutet werden kann. Das Problem beim Rückgriff auf Suchmaschinen ist, dass für den Forscher nicht einhundertprozentig transparent ist, wie die Suchergebnisse zustande kommen. Außerdem kann es durch die Auswahl bestimmter Suchbegriffe zu teilweise erheblichen Verzerrungen kommen, die selbst wiederum kaum eingeschätzt werden können. Daher ist es erforderlich, derartig gewonnene Stichproben manuell zu bereinigen. Dennoch handelt es sich um Probleme und Verzerrungen mit denen auch herkömmliche Nutzer bei ihrer alltäglichen Rezeption von Internet- und Bloginhalten konfrontiert sind (Meier/Wünsch/Pentzold/Welker 2010: 112-113). Bereits früh diskutierte und testete die Forschergruppe rund um Thelwall die verschiedenen Möglichkeiten und Limitierungen von Blogsuchmaschinen (Thelwall/Hasler 2007). Einen guten Überblick über die Vor- und Nachteile verschiedener Blogsuchmaschinen findet sich bei Nuernbergk (2013: 314).

Ein weiteres Problem ist, dass aufgrund des Ausfransens der Angebotsgrenzen von Blogs und der heterogenen Verwendung der ursprünglich für Blogs entwickelten Software *viele der spezifischen Blogsuchmaschinen nicht mehr existieren*.¹⁰⁶ So werden mittlerweile einige Websites, beispielsweise von kleineren Magazinen oder Lokalzeitungen, mit klassischer Blogsoftware unterhalten und umgekehrt bezeichnen Internetableger von Tageszeitungen Kolumnen einzelner Autoren ohne Kommentarfunktion oder anderer blogtypischer Kennzeichen als Blogs. Dadurch werden die

¹⁰⁶ Technorati wurde bereits 2009 (Gilette 2014) eingestellt und Google Blogsearch folgte 2014, ein Jahr nach der Stichprobenziehung im Rahmen dieser Arbeit.

Treffer der auf der zugrunde liegenden Software basierenden Blogsuchmaschinen ungenau. Kritik an der Möglichkeit zur Reproduzierbarkeit dieser Studie kann aber entgegeng gehalten werden, dass reguläre Blogsuchmaschinen inzwischen die gleichen Leistungen erbringen wie die spezifischen und eine nachträgliche Überprüfung der Treffer in beiden Fällen erforderlich ist. Wiederum galt es, in den verschiedenen Sprachräumen *ein grundsätzlich äquivalentes Vorgehen* zu wählen, bei gleichzeitiger Berücksichtigung unterschiedlicher sprachlicher Besonderheiten. Zum Zeitpunkt der Stichprobenziehung war die einzige noch aktive und gleichzeitig *international vergleichbarste Blogsuchmaschine*, die alle drei erforderlichen Sprachräume abdeckt und in allen drei Sprachräumen eine ähnliche Dominanz aufwies *Google Blogsearch* (Thelwall/Hasler 2007).¹⁰⁷ Dennoch besitzt auch Google Blogsearch vermutlich einen geografischen Bias hinsichtlich US-amerikanischer, englischsprachiger und europäischer Angebote, der bei der Ergebnisinterpretation berücksichtigt werden muss. Google Blogsearch wurde deshalb für die Stichprobenziehung der *spontan am Diskurs beteiligten WiFi-Blogs* ausgewählt.

Um *geeignete Stichworte zur Identifikation des Diskurses zur GWFK* zu ermitteln, wurde eine Auswahl deutsch-, englisch- und spanischsprachige traditioneller Massenmedien qualitativ analysiert. Folgende Stichwörter wurden identifiziert, die die Krise *möglichst ganzheitlich abdeckten, in allen drei Sprachräumen eine bedeutende Rolle spielten und sich ohne große Bedeutungsverluste bzw. -verschiebungen in die verschiedenen Sprachen übersetzen* lassen: Finanzkrise (financial crisis/crisis financiera¹⁰⁸), Wirtschaftskrise (economic crisis/crisis economica), Eurokrise (Euro crisis/crisis del euro), Schuldenkrise (debt crisis/crisis de deuda), Bankenkrise (banking crisis/crisis bancaria).

¹⁰⁷ Das übliche Vorgehen, verschiedene Suchmaschinen zur gegenseitigen Korrektur miteinander zu kombinieren konnte daher im Rahmen dieser Studie nicht angewendet werden. Bei diesem Vorgehen ist grundsätzlich fraglich, ob sich Fehler auf eher potenzieren anstatt sich gegenseitig aufzuheben (Meier/Wünsch/Pentzold/Welker 2010: 113, 119).

¹⁰⁸ Bei der Schreibweise der spanischen Suchwörter wurde bewusst auf eine Verwendung der in der spanischen Sprache üblichen Sonderzeichen (z. B. el acento oder ñ) verzichtet. Dabei handelt es sich um lediglich für die Aussprache relevante Sonderzeichen ohne Bedeutungsveränderung (Alarcos Llorach 2004: 52-58). Das Vorgehen spiegelt auch das übliche Nutzerverhalten bei Onlinesuchen wider. Eine kleine Vorstudie zum zweiten Auswahlverfahren ergab keine nennenswerten Unterschiede in den Trefferlisten bei der Verwendung von Suchwörtern mit und ohne Sonderzeichen.

Mit diesen fünf Suchwörtern wurden anschließend verschiedene Tests mit Google Blogsearch durchgeführt. Als *Cross-Referenz* wurden zusätzlich die *in der qualitativen Analyse gewonnen Suchwörter* (sowohl die Auswahl als auch denkbare Alternativen) mit den Angaben *bei Google Trends abgeglichen*, um *ihre Popularität im Untersuchungszeitraum in den verschiedenen Sprachräumen* in der allgemeinen Suchmaschine von Google zu ermitteln und zu vergleichen. Nach den fünf ausgewählten Suchwörtern, wurde im Jahr 2012 in allen drei Sprachräumen häufig gegoogelt, wenn auch in unterschiedlicher Hierarchie. Hierin kann man bereits erste Anzeichen für Unterschiede in den jeweiligen inhaltlichen Schwerpunkten der einzelnen Diskurse vermuten.

Im deutschen Sprachraum wurde in dieser Reihenfolge am häufigsten nach „Finanzkrise“, „Eurokrise“ und „Wirtschaftskrise“ gesucht, während englischsprachige Googlenutzer vor allem „debt crisis“, „financial crisis“ oder „euro crisis“ eingaben. Im spanischen Sprachraum dominierte 2012 der Suchterm „crisis economica“, gefolgt von „crisis financiera“ und „crisis de deuda“. Alternative, ebenfalls häufig gegoogelte Begriffe wurden entweder als zu spezifisch (z. B. „Finanzkrise 2008“, „Finanzkrise Dtl.“) oder zu allgemein und unbestimmt (z. B. „Krise“, „crisis“, „crisis mundial“) ausgeschlossen, um den Diskurs zur GWFK adäquat erfassen zu können. Einige alternative Begriffe erwiesen sich zudem als spezifisch für einzelne der drei Sprachräume ohne in den anderen Sprachräumen eine Rolle zu spielen (z. B. „global crisis“, „world financial crisis“). Der in englischen traditionellen Massenmedien häufig verwendete Begriff „The Great Recession“ erwies sich beispielsweise als ungeeignet, da er zum einen in historischer Perspektive auch zur Beschreibung der Großen Depression der 1930er Jahre verwendet wird, und zum anderen wurde er in den anderen beiden untersuchten Sprachräumen nicht aufgegriffen. Außerdem bezeichnet er meist enger die weltweite Wirtschaftskrise (Rezession) des Jahres 2008.

Bei der Auswahl der Suchwörter wurden also insgesamt *sowohl die Produzenten- als auch die Rezipientenseite berücksichtigt*. Als Ergebnis dieser Vorstudien wurde *der Begriff „Finanzkrise“* („financial crisis“/„crisis financiera“) als einziges Suchwort für die Stichprobenziehung ausgewählt. Dies hat zum einen forschungspragmatische Gründe und zum anderen erwies er sich als der einzige in allen drei Sprachräumen äußerst populäre Suchterm und erzielte die Trefferlisten mit den umfassendsten Bezügen zur GWFK. Im Zeitraum von April bis Mai 2013 wurde in einem zweiwöchentlichen Abstand das Suchwort in seiner jeweiligen Übersetzung möglichst

zeitnah hintereinander in die Blogsuchmaschine eingegeben.¹⁰⁹ Zu diesem Zweck wurde eigens ein neuer Browser installiert, der ausschließlich für diese Suchanfragen verwendet wurde. Vor der Eingabe jedes einzelnen Suchwortes, wurde der Browserverlauf gelöscht. In den Sucheinstellungen von Google Blogsearch wurde vorab jeweils die entsprechende Sprache eingestellt. Für den spanischen Sprachraum unterscheidet die Suchmaschine zwischen „español“ und „español (lateinamerikanisch)“. Auch wenn die Überschneidungen zwischen den Trefferlisten der unterschiedlichen spanischen Einstellungen mit durchschnittlich 91 Prozent sehr hoch waren, wurde die Suchanfrage für die spanischen Keywords jeweils doppelt gestellt, um gerade auch außereuropäische Blogs zu identifizieren, die sich möglicherweise intensiv an dem Diskurs beteiligt hatten.

Im Anschluss an jede Suchanfrage wurde mittels der RSS-Feeds der Trefferlisten je die ersten 200 Treffer abgespeichert.¹¹⁰ Da die Trefferlisten aus einzelnen Postings und nicht aus ganzen Angeboten bestanden, wurden jeweils für die 200 Treffer die dahinterliegenden Blogs identifiziert und um Dubletten bereinigt.¹¹¹ Danach wurden jeweils die zwei verschiedenen spanischen Einstellungen listenweise zusammengeführt und Dubletten gelöscht.

Im nächsten Schritt wurden jeweils die drei Trefferlisten je Suchwort zusammengeführt und somit nach Sprachräumen zusammengefasst¹¹², um

¹⁰⁹ Die genauen Tage der Suchanfragen waren 09.04., 23.04. und 06.05.2013.

¹¹⁰ In der Blogstudie von Saxton und Anker (2013: 1064-1065), in der Effekte der Blogpostings von 150 Top-Finanzblogs auf den Börsenhandel untersucht wurden, hatte die in die Auswertungen inkludierte Anzahl von Angeboten keinen Einfluss auf die ermittelten Effekte, der Rankingplatz der Blogs dagegen schon. Höher gerankte Blogs erzielten stärkere Effekte.

¹¹¹ Der RSS-Feed enthielt zu jedem Postingtreffer auch immer die Angabe „Publisher“, bei der es sich um den offiziellen Domainnamen der Website bzw. des Blogs handelte. Diese wurden manuell noch einmal überprüft.

¹¹² Fasst man beispielsweise jeweils die Trefferlisten für das Suchwort „Finanzkrise“/“financial crisis“/“crisis financiera“ für alle drei Suchtermine zusammen stellt sich der Grad der Übereinstimmung wie folgt dar: deutsche Blogs 80%, englische Blogs 69%, spanische Blogs 67%. Der Grad der Übereinstimmung zwischen den Trefferlisten vermittelt einen ersten Eindruck von der Eignung der Blogsuchmaschine für das Auswahlverfahren. Der abweichend hohe Grad der Übereinstimmung zwischen den verschiedenen Suchterminen kann unterschiedlich interpretiert werden. Über alle drei Sprachräume hinweg überschneiden sich die gefundenen Blogs in weit mehr als der Hälfte der Treffer. Während sich die englisch- und spanischsprachigen Trefferlisten hinsichtlich des Überschneidungsgrads stark ähneln, liegt derjenige der deutschen Blogs weit darüber. Das kann entweder bedeuten, dass der Google Blogsearch-Index bezüglich des Aktualisierungsgrades für

Dubletten bereinigt (Tabelle 2) und überprüft, ob es sich bei allen Treffern tatsächlich um WiFi-Blogs nach der Definition dieser Arbeit handelt (Kapitel 5.3.3). Sie mussten eine umgekehrt chronologische Postingstruktur aufweisen, die einzelnen Postings mussten mit Permalinks versehen, öffentlich zugänglich und im letzten halben Jahr mindestens einmal aktualisiert worden sein, ein mindestens bis 2011 zurückreichendes Archiv ihrer Postings aufweisen und mindestens zwei der blogtypischen Features besitzen. Dazu zählen die Kommentarfunktion, eine Blogroll, Tagging und RSS-Feeds. Zusätzlich zu den allgemeinen Blogmerkmalen mussten sie sich überwiegend mit Wirtschafts- oder Finanzthemen befassen um als WiFi-Blogs zu gelten. Gerade zu den politischen Blogs zeigten sich bei den Trefferlisten große Überschneidungen. Hier wurde großzügig verfahren und, wo möglich, der Themenschwerpunkt des Blogs als wirtschaftspolitisch gewertet. Insgesamt sorgten diese strengen Definitionskriterien für Blogs allerdings für *einen hohen Ausschluss von Angeboten*. Hier zeigen sich erneut die Schwierigkeiten von Blogsuchmaschinen mit dem Ausfransen des Formats.

Abschließend wurden *je Sprachraum die Bloglisten der beiden Auswahlverfahren zusammengeführt* und wiederum um Dubletten bereinigt. Blogs mit Bezahlschranke wurden ausgeschlossen sowie Angebote ohne Postingaktivität im Untersuchungszeitraum. Insgesamt orientiert sich die Bereinigung lose an den Vorschlägen von Meier, Wunsch, Pentzold und Welker (2010: 119). Tabelle 2 fasst das zweischrittige Auswahlverfahren zusammen und gibt einen Überblick über die Ausschlüsse.

Die unterschiedlichen GPR-Schwellenwerte zeigen ebenfalls an, welche Prominenz bzw. Sichtbarkeit die einzelnen sprachräumlichen Blogosphären besitzen. Die englischsprachigen Blogs im Sample besitzen laut GPR im globalen Internet die größte Prominenz und somit vermutlich auch Sichtbarkeit, gefolgt von spanischsprachigen Blogs. Die deutschsprachigen Blogs in der Stichprobe besitzen dagegen wesentlich weniger Sichtbarkeit.

englisch- und spanischsprachige Angebote besser funktionierte, zumal es sich bei der Aufnahme in den Index bei der Blogsuche von Google genau wie bei anderen Blogsuchmaschinen um ein selbstselektives Verfahren handelt (Erlhofer 2010: 148). Oder aber es bedeutet, dass die deutsche Blogosphäre schlichtweg weniger aktiv ist bzw. weniger häufig zu den Suchwörtern postet. Träfe der erste Fall zu, läge ein allerdings nur schwer zu lösendes Äquivalenzproblem hinsichtlich des zweiten Auswahlverfahrens vor. Beide Interpretationen bedürfen allerdings umfassender Studien um validiert zu werden. Zumindest im Rahmen dieser Studie bestätigt sich die geringere Postingaktivität der deutschen Angebote (Kapitel 8.1).

Tab. 2: Übersicht über die Stichprobenziehung (Anzahl analysierter Blogs)

	Deutschsprachige Blogs	Englischsprachige Blogs	Spanischsprachige Blogs	Sprachräume gesamt
Auswahlverfahren 1	Sichtbarkeitsmarker (Rankings/Preise/trad. Medien)			
Min. 2 Sichtbarkeitsmarker	27	29	40	96
Nur 1 Sichtbarkeitsmarker, aber über GPR-Schwelle	120*	144**	111***	375
gesamt	147	173	151	471
Auswahlverfahren 2	Suchmaschinensuche			
			1.200	
Postingtreffer via Google Blogsearch	600	600	(je 600 span./ lateinamerik.)	2.400
Postingtreffer um Dubletten bereinigt	256	263	277	796
Davon einzelne Angebote	103	129	135	367
Davon (WiFi-)Blogs	32 (31%, 69% Ausschluss)	38 (30%, 70% Ausschluss)	32 (24%, 76% Ausschluss)	102 (28%, 72% Ausschluss)
Dubletten aus beiden Auswahlverfahren	7 (4%)	12 (6%)	0 (0%)	18
Beide Auswahlverfahren gesamt	172 (31,05%)	199 (35,92%)	183 (33,03%)	554 (100%)
Blogs mit Bezahlschwelle	3	17	8	28
				239

Vorprüfung

Inhaltsanalyse	Blogs ohne Postingaktivität im (ursprgl.) Untersuchungszeitraum	53	11	13	77
	Anzahl gültiger Fälle (vorläufige Erhebungsgesamtheit)	116**** (25,84%)	171***** (38,09%)	162***** (36,08%)	449 (100%)
	Nachträgliche Verkürzung des Untersuchungszeitraums um 4 Tage (9.-18. Statt 9.-22.06.2012)	96	160	141	397
	Mit Diskursrelevanten Postings	60	83	70	213
	Noch aufrufbaren Postings	60	83	67	210
	Textbasierten Postings	60	81	67	208
	Postings mit relevanten Sprachen	60	81	67	208
	Ausschlüsse gesamt	112	118	116	346
	Anzahl gültiger Fälle (Erhebungsgesamtheit)	60 (28,85%)	81 (38,94%)	67 (32,21%)	208 (100%)

* GPR \geq 1; ** GPR \geq 6; *** GPR \geq 3. ****davon 103 sichtbare Blogs, 20 Suchmaschinenblogs, *****davon 149 sichtbare Blogs, 33 Suchmaschinenblogs, *****132 sichtbare Blogs, 30 Suchmaschinenblogs.

Tabelle 2 zeigt darüber hinaus, dass in allen drei Sprachräumen ein Großteil der Blogs über das erste Auswahlverfahren anhand von Sichtbarkeitsmarkern in die Stichprobe eingegangen ist. Das liegt zum einen an den vielen Überschneidungen bei den Trefferlisten der drei Suchanfragentermine. Und zum anderen ist es auf die hohen Ausschlusszahlen durch die Definitionskriterien für WiFi-Blogs im Rahmen dieser Studie zurückzuführen. Hier zeigen sich die Schwächen der Blogsuchmaschine, wie die ungenaue Erfassung dieses heterogenen und ausfransenden Internetformats und eventuell auch einer zu geringen Aktualisierungsfrequenz der dort indexierten Blogs.

Im Vergleich zu den Erkenntnissen transnationaler Blogstudien und Studien zu Internetwirtschaftsmedien lässt sich feststellen, dass die Stichprobe, auch wenn sie vermutlich nicht das exakte Verhältnis der Blogs aus den verschiedenen Sprachräumen zueinander und das Verhältnis der Beteiligung von A-List-Blogs und kleineren, ressourcenärmeren und unbekannteren Blogs widerspiegelt, so doch deren generelle Gewichtung zueinander trifft. Insgesamt handelt es sich bei der gezogenen Stichprobe in allen drei Sprachräumen um WiFi-Blogs für die eine Beteiligung am Diskurs zur GWFK, und speziell zu den EU-Hilfsgeldern für Spanien, als wahrscheinlich angenommen werden kann. Außerdem können eine Vernetzung und gegenseitige Bezugnahmen zwischen entweder besonders sichtbaren und etablierten Blogs oder zwischen spontan aktiv am Diskurs beteiligten Blogs vermutet werden. Darüber hinaus handelt es sich um vergleichbare Ausschnitte der Wirtschafts- und Finanzblogosphären der verschiedenen Sprachräume und Länder.

Für die derart ausgewählten Blogs wurden dann *manuell alle Permalinks der Postings, die im Untersuchungszeitraum veröffentlicht worden waren*, erfasst. Bei diesem Schritt schieden alle Blogs aus der Stichprobe aus, die entweder ihre Postings hinter einer Bezahlschwelle¹¹³ verbergen, was vor allem englischsprachige Blogs betraf, oder die im Untersuchungszeitraum keine Inhalte publiziert hatten. Die Postingaktivität der deutschen Wirtschafts- und Finanzblogosphäre war deutlich geringer als in den beiden anderen Sprachräumen.

¹¹³ Blogs mit lediglich einer Registrierungsschwelle, die ansonsten ihre Inhalte aber kostenlos feilbieten wurden dagegen codiert. Hierfür wurde von der Projektleitung jeweils eigens ein Profil erstellt, das dann von allen Codiererinnen benutzt wurde.

Anschließend wurden *die gesammelten Permalinks der einzelnen Postings mithilfe des Crawlers „Teleport Ultra“ gesichert*.¹¹⁴ Bei Web-Crawlern handelt es sich um typische Hilfsmittel bei der Archivierung von (meist textbasiertem) Internetmaterial (Erlhofer 2010: 152). Das manuelle Erfassen der Permalinks fand von Juli bis einschließlich Oktober 2013 statt. Zu diesem Zweck wurde jeweils auf die einzelnen öffentlich erreichbaren Archive der einzelnen ausgewählten Blogs zurückgegriffen und der entsprechende Monat ausgewählt. Da Blogpostings jederzeit vom Autor verändert werden können und diese Änderungen weder immer gekennzeichnet sind noch die Postinghistorie archiviert wird, ist es durch den nachträglichen Zugriff auf die Postings durchaus möglich, dass sie sich nicht mehr im ursprünglichen Zustand befanden (Erlhofer 2010: 152). Diese Verzerrung war aus forschungspragmatischen Gründen nicht zu vermeiden, gilt aber zumindest für alle untersuchten Blogs gleichermaßen.

Gecrawlt und somit gesichert wurden alle Permalinks am 12. Dezember 2013. Im Untersuchungszeitraum vom 9. bis einschließlich des 18. Juni 2012 wurden von den 449 ausgewählten Blogs insgesamt 22.127 Postings veröffentlicht. Aufgrund des hohen Postingaufkommens, das auf der Basis der wenigen bisherigen Studien zu WiFi-Blogs von der Projektleitung als wesentlich geringer eingeschätzt wurde, musste der ursprüngliche Untersuchungszeitraum, der sich noch bis zum 22. Juni 2012 erstreckt hatte, noch um vier Tage gekürzt werden, wodurch weitere Blogs aus dem Sample ausgeschlossen wurden, weil sie keine für den Diskurs der GWFK relevanten Inhalte veröffentlicht hatten oder ihre Postings zum Zeitpunkt der Datensicherung¹¹⁵ nicht mehr aufrufbar waren. Außerdem konnten mithilfe des Untersuchungsinstruments ausschließlich textbasierte sowie deutsch-, englisch- und spanischsprachige Inhalte codiert werden, wodurch weitere

¹¹⁴ Dabei handelt es sich um einen äußerst leistungsfähigen Web-Crawler (Genauere Informationen: <http://www.tenmax.com/>). Aufgrund der Heterogenität der unterschiedlichen Blog-Templates wäre eine automatisierte Erfassung der Permalinks nicht effizient und vermutlich sehr fehleranfällig gewesen (Thelwall/Stuart 2006; Erlhofer 2010: 144-145, 152-153). Daher wurde das gründlichere, aber aufwendigere manuelle Verfahren gewählt. Über den Untersuchungszeitraum hinaus wurden als Grundlage für die Erstellung des Codebuchs, die Codiererschulung und die Reliabilitätstests auch die Permalinks für Mai und den gesamten Juni 2012 erfasst.

¹¹⁵ Die Postings wurden anderthalb Jahre nach ihrer Veröffentlichung codiert und ein weiteres Jahr später codiert. Zum Zeitpunkt der Codierung nicht mehr aufrufbare Postings wurden auf der Grundlage der gecrawlten Dateien codiert. Aus dem Sample ausgeschlossen mangels Aufrufbarkeit wurden folglich nur diejenigen Postings, die auch schon nicht mehr von dem Crawler gesichert werden konnten.

Blogs ausgeschlossen werden mussten. Die Stichproben-Ausschlüsse aufgrund der Inhaltsanalyse hielten sich aber in Grenzen. Die Stichprobe bestand abschließend noch aus insgesamt 208 Blogs (Tabelle 2).

Trotz der *Stichprobenziehung zunächst auf Blogebene* erfolgte die eigentliche *Untersuchung auf der Ebene der einzelnen Postings*. Einen Überblick über das Sample auf Postingebene liefert Tabelle 3. Die Postingaktivität der untersuchten WiFi-Blogs ist im Untersuchungszeitraum wesentlich höher ausgefallen, als bisherige WiFi-Blog-Studien vermuten ließen (Kapitel 5.3.3). Das kann bereits als ein Indikator der großen Involviertheit der Wirtschafts- und Finanzblogosphäre in den Diskurs zur GWFK gedeutet werden. Dabei ist die *Postingaktivität allerdings nicht gleichmäßig über die drei Sprachräume verteilt*. Fast die Hälfte des Postingaufkommens, das aufgrund der in dieser Arbeit durchgeführten Stichprobenziehung in die Analyse eingeht, stammt von englischsprachigen Blogs, gefolgt von nicht ganz einem Drittel spanischsprachiger Postings und nur einem Viertel Postings von deutschsprachigen Blogs. Dieses Verhältnis der verschiedenen Sprachräume zueinander entspricht aber weitestgehend den Befunden der wenigen transnationalen Blogstudien (Kapitel 4.5). Auffallend ist allerdings, dass die verhältnismäßig geringere Anzahl deutschsprachiger WiFi-Blogs im Sample durchschnittlich nur geringfügig weniger Posts (MW=4,83, SD=6,911) veröffentlichten als die spanischsprachigen Blogs (MW=5,28, SD=7,485) mit einer ähnlichen Standardabweichung. Auch die englischsprachigen WiFi-Blogs posteten im Vergleich im Untersuchungszeitraum durchschnittlich nur wenig mehr (MW=6,48, SD=11,399) als die deutsch- und spanischsprachigen Blogs. Allerdings variiert die Postinganzahl hier von Blog zu Blog stärker, was auf größere Unterschiede in der Postingaktivität schließen lässt.

Insgesamt führten die verschiedenen Filter, wie die Zugriffsvariable, die Aufrufbarkeit zum Zeitpunkt der Codierung, der Ausschluss nicht textbasierter sowie anderssprachiger Postings zu *einem Ausschluss von über 80 Prozent der Postings*, die sich unterschiedlich über die verschiedenen Sprachräume verteilen. Letztlich gingen rund 30 Prozent der deutschsprachigen, rund 15 Prozent der englischsprachigen und 20 Prozent der spanischsprachigen Postings in die detaillierte Codierung des restlichen Codebuchs ein. Hieraus kann man entweder schlussfolgern, dass die Filter, allen voran die Zugriffsvariable besser für die deutschsprachigen Postings funktioniert hat als für die spanisch- und englischsprachigen Beiträge, oder dass sich die europäischen Blogs mehr und intensiver mit der GWFK beschäftigt haben, als die englischsprachigen Blogs.

Tab. 3: Anzahl analysierter Postings nach Sprachraum

	Postings deutschsprachiger Blogs		Postings englischsprachiger Blogs		Postings spanischsprachiger Blogs		Postings gesamt
	n	%	n	%	n	%	n
Ursprgl. Untersuchungszeitraum	1.612	15	5.636	52	3.584	33	10.832
Tatsächlicher Untersuchungszeitraum	1.080	16	3.702	55	1.973	29	6.755
Anzahl Dubletten	100	17	253	44	222	39	575
Anzahl nicht diskursrelevanter Postings (Zugriff)	684	14	2.901	59	1.336	27	4.921
Anzahl nicht mehr aufrufbarer Postings	2	4	2	4	53	92	57
Anzahl nicht textbasierte Postings	4	12	21	64	8	24	33
Anzahl Postings in nicht untersuchungsrelevanten Sprachen	0	0	0	0	0	0	0
Ausschlüsse gesamt	790	14	3.177	57	1.619	29	5.586
Gesamtzahl codierter Postings	290	25	525	45	354	30	1.169

Die zweite Schlussfolgerung erscheint vor allem vor dem Hintergrund des gewählten Untersuchungszeitraums plausibel, in dem der Schwerpunkt ja auf Spanien und Europa liegt.

Innerhalb der Postings erfolgte die Analyse wiederum auf unterschiedlichen Ebenen des Stichprobenmaterials, mit einzelnen Zitaten und Links als kleinster Analyseeinheit. Später werden dann die Codierungen der einzelnen Postings wieder auf Blogebene aggregiert und ausgewertet. Für die Analysen auf Länderebene werden die einzelnen Blogs im Rahmen der Codierung über die grobe Einordnung in die drei Sprachräume hinaus noch verschiedenen Ländern zugeordnet (Kapitel 7.2.2 und 8).

7.2 Die Methodik

Da Öffentlichkeit generell, national wie transnational, in modernen Gesellschaften überwiegend über Inhalte in den Massenmedien hergestellt wird (Kapitel 2 ff.), drängt sich auch bei einem Forschungsinteresse, das auf die Strukturen transnationaler bzw. transkultureller öffentlicher Kommunikation im Internet abzielt, die Analyse von Medieninhalten mithilfe der Inhaltsanalyse auf. Daher basiert auch die empirische Analyse im Rahmen dieser Arbeit auf *einer Inhaltsanalyse von Bloginhalten aus drei verschiedenen Sprachräumen und verschiedenen nationalen Kontexten*.

Um darüber hinaus öffentliche Kommunikationsbeziehungen abbilden zu können und die besonderen Transparenzbedingungen im Internet zu nutzen, wird die Inhaltsanalyse *um die Methode der Netzwerkanalyse ergänzt*, bei der es sich in diesem Fall nicht um eine reine zusätzliche Auswertungsmethode handelt, sondern deren Netzwerkindikatoren bereits in die Inhaltsanalyse integriert werden müssen. Im Folgenden wird die Auswahl der Inhaltsanalyse diskutiert, die Besonderheiten bei ihrer Anwendung auf das Internet dargelegt sowie ihre Kombination mit der Netzwerkanalyse begründet.

Bei der *Inhaltsanalyse* handelt es sich zunächst um eine empirische Methode, die erstens auf die systematische und intersubjektiv nachvollziehbare Beschreibung von formalen und inhaltlichen Merkmalen von Inhalten abzielt und zweitens daraus Inferenzschlüsse auf Kommunikator, Rezipient oder den sozialen Kontext einer Mitteilung ableitet (Merten 1995: 59; Früh 2001: 25; Rössler 2005: 29-33; 2010).

Mithilfe der Inhaltsanalyse sollen im Rahmen dieser Studie also aus einzelnen Bloginhalten Erkenntnisse über die kommunikativen Strukturen

transnationalen und transkultureller Öffentlichkeit im Internet gewonnen werden. Inhaltsanalysen können qualitativ oder quantitativ angelegt sein (Rössler 2010: 19).¹¹⁶ Um die bisher überwiegend qualitativ angelegten transnationalen Blogstudien sinnvoll zu ergänzen und den Vergleich auf eine breitere Basis stellen zu können, wird im Rahmen dieser Arbeit *eine quantitative Inhaltsanalyse* bevorzugt. Im Rahmen der quantitativen Inhaltsanalyse wird laut Adam (2007: 53) „elementaristisch“ vorgegangen, das heißt, die für die Analyse ausgewählten Inhalte werden in einzelne kategoriale Bestandteile zerlegt, wodurch spezifische, subjektive Bedeutungen, singuläre Eigenschaften und semantische Differenzierungen nur bis zu einem gewissen Grad berücksichtigt werden können.

Die Inhaltsanalyse ist also *ein Komplexitätsreduzierendes Verfahren*. Anstatt auf der ganzen Komplexität eines Textes, liegt der Fokus auf einer reduktiven Analyse einzelner Merkmale des Textes (Rössler 2010: 18-19; Brosius/Haas/Koschel 2012: 143). Auf diese Weise werden *bestimmte Charakteristika größerer Textmengen herausgearbeitet*. Welche Charakteristika jeweils analysiert werden, leitet sich aus der Operationalisierung der zuvor formulierten Forschungsfragen und Hypothesen ab (Adam 2007: 53; Rössler 2010: 19), wobei die *Operationalisierung mittels eines Codebuchs* (Kapitel 7.2.2) offen- und festgelegt werden muss, um Objektivität bzw. intersubjektive Nachvollziehbarkeit zu gewährleisten (Merten 1995: 49; Rössler 2010: 21).

Das *Codebuch enthält das gesamte Kategoriensystem*, das von den Codierern auf das Datenmaterial angewendet wird. Mithilfe des im Codebuch festgehaltenen Regelwerks teilen die Codierer den relevanten Informationen einzelne Zahlenwerte, sogenannte Codes zu, wobei die einzelnen Codes jeweils für bestimmte Ausprägungen stehen (Rössler 2010: 21). Durch diese Reduktion von Komplexität gehen Detailinformationen zu den Medieninhalten verloren, es kann aber auf diese Weise *eine große Anzahl von Material hinsichtlich gleicher formaler und inhaltlicher Merkmale untersucht werden* (Meier/Wünsch/Pentzold/Welker 2010: 106; Rössler 2010: 18).

Im *Gegensatz zu anderen sozialwissenschaftlichen Methoden* hat die Inhaltsanalyse den Vorteil prinzipiell *weniger bis non-reaktiv* zu sein. Das heißt, dass das Ausgangsmaterial auch bei mehrfacher Anwendung der Methode unverändert bleibt. Bei Befragungen oder Beobachtungen kann dage-

¹¹⁶ Dabei handelt es sich eher um eine graduelle als um eine strikte Unterteilung (Neuendorf/Kumar 2015: 222).

gen nicht ausgeschlossen werden, dass sich die Einstellungen und Antworten der Befragten bzw. die Verhaltensweisen der Beobachteten mit jeder Anwendung der Methode verändern, diese also auf die jeweilige Methode reagieren. Leider gilt das *nicht unbedingt für Internetinhalte*. Aufgrund der Sensibilität mancher Websites für Nutzerverhalten können sich Inhalte hier schon durch den einmaligen Aufruf verändern. Daher müssen Internetinhalte im Vorfeld der Inhaltsanalyse in einem bestimmten Stadium gespeichert und somit konserviert werden. Desweiteren ist *Reaktivität* bei der Inhaltsanalyse auch *auf der Ebene der Codierer* gegeben, da die Art und Weise jedes Codiervorgangs auch immer von der Persönlichkeit und den Vorkenntnissen des einzelnen Codierers beeinflusst wird (Rössler 2010: 23). Die vorliegende Studie steht in der Tradition zahlreicher Inhaltsanalyse-Studien zur Messung transnationaler Öffentlichkeit in den traditionellen Massenmedien oder dem Internet und sorgt daher auch für Vergleichbarkeit zumindest auf einer groben Ebene (Kapitel 4.2, 4.3.2).

Da sich die Analyse im Rahmen dieser Arbeit mit Strukturen transnationaler Öffentlichkeit im Internet und speziell in der Wirtschafts- und Finanzblogosphäre beschäftigt, muss es sich folglich um eine Inhaltsanalyse von Internetinhalten handeln. Teilweise wird in der Methodenliteratur die *Online-Inhaltsanalyse* irreführend als eigene Methode aufgeführt. Eigentlich handelt es sich aber nicht um eine eigenständige Methode, sondern um *eine Spezialform der Inhaltsanalyse*, die sich ausschließlich aufgrund ihres Forschungsgegenstandes von anderen Formen der Inhaltsanalyse abgrenzt, nämlich „Kommunikate[n] (Strukturen und Inhalte)“ (Welker et al. 2010: 10) von Internetinhalten. Die Online-Inhaltsanalyse ist inzwischen eine gut etablierte und häufig angewendete Methode in der Erforschung des Internets (Wright/Averbeck 2012: 85).

Bei der Inhaltsanalyse von Internetinhalten müssen dabei verschiedene Spezifika berücksichtigt werden (Rössler/Hautzer/Lünich 2014: 216-220): Die Flüchtigkeit, Dynamik, Transitorik der Inhalte sorgt für Probleme bei *der Erfassung und Speicherung des Ausgangsmaterials*, da Inhalte im Internet kontinuierlich neu erstellt, verändert oder gelöscht werden. Desweiteren steigern die Reaktivität und Personalisierung mancher Websites die Dynamik von Inhalten im Netz. In extremen Fällen werden Inhalte interaktiv, basierend auf dem Verhalten der einzelnen Nutzer erst individuell generiert. Insgesamt lässt sich die Dynamik von Internetinhalten allenfalls als einzelne kurze Momentaufnahmen fassen und nicht nachträglich rekonstruieren. Daher kommt der verlässlichen Speicherung des Ausgangsmaterials im Rahmen von Online-Inhaltsanalysen eine große Bedeutung zu.

Auch die Multimedialität und -modalität der Internetinhalte stellen die Inhaltsanalyse vor immense Herausforderungen. Die große Vielfalt verschiedener medialer Zeichenträger und -systeme in Kombination mit vielfältigen Ausgabegeräten sorgt für *eine hohe Heterogenität der Inhalte*. Die Nonlinearität, Dezentralität und Hypertextualität sprengen einerseits klassische Angebotsgrenzen und Strukturen, lassen sich andererseits im Rahmen von Inhaltsanalysen aber durch ihre Transparenz im Netz gut nachvollziehen. Im Internet entstehen auf vielfältige Art und Weise recht gut sichtbare intendierte und emergente Netzwerke, während gleichzeitig die Grenzen zwischen Formaten und Inhalten zunehmend verwischen und rekombiniert werden. Sowohl durch die Heterogenität als auch durch die Vernetzung der Inhalte gewinnt die eindeutige und ausführliche Definition von Einheiten bei der Online-Inhaltsanalyse noch weiter an Bedeutung.

Auch die schiere *Quantität von Informationen* bereitet im Rahmen der Online-Inhaltsanalyse Probleme, insbesondere in Bezug auf die korrekte Identifikation und Auffindbarkeit relevanter Inhalte.

Neben den zahlreichen Schwierigkeiten existieren auch Besonderheiten des Internets, die ein Vorteil für Online-Inhaltsanalysen darstellen. Vor allem die *Digitalisierung* von Inhalten und die Möglichkeit zur maschinellen Lesbarkeit *erleichtern die Sammlung und Verarbeitung von Informationen* im Rahmen von Inhaltsanalysen. Aufgrund der komplexen Produktions-, Rezeptions- und Wirkungsprozesse, die durch die Uneindeutigkeit und Unübersichtlichkeit von Internetinhalten entstehen, wird auch das Ziehen von Inferenzschlüssen erheblich erschwert. *Zusätzliche Informationen*, die im Internet zur Verfügung stehen und transparent gemacht werden, wie beispielsweise Nutzerdaten, erleichtern dagegen das Schlussfolgern (Rössler 2010: 68-69; Rössler/Hautzer/Lünich 2014: 216-220; Welker et al. 2010: 11-12).

Die meisten der oben aufgezählten Besonderheiten von Online-Inhaltsanalysen gelten auch für die Analyse der Inhalte von WiFi-Blogs, die im Zentrum des Forschungsinteresses dieser Arbeit stehen. Allerdings spielen Aspekte der Reaktivität und Personalisierung bei der großen Mehrzahl dieser Blogs vermutlich eher eine untergeordnete Rolle, doch auch hier wird mit einer gründlichen Speicherung das Ausgangsmaterial gesichert. Und auch wenn WiFi-Blogs zunehmend multimediale Elemente in die Postings einbauen, überwiegen doch rein *textbasierte Inhalte* (Schenk/Niemann/Briehl 2014: 20), die daher im Zentrum der Analyse stehen. Neben den Hindernissen durch die Analyse von Internetinhalten ist die Inhaltsanalyse dieser Studie noch mit zusätzlichen Ansprüchen konfrontiert. Um die *transnationale Entgrenzung von Öffentlichkeit messen* bzw. die *Struktur*

verschiedener nationaler Öffentlichkeiten vergleichen zu können müssen Medieninhalte aus verschiedenen nationalen Kontexten und Sprachräumen in die Analyse einbezogen werden, was die Komplexität der Inhaltsanalyse erheblich erhöht.

Gerade aufgrund der häufig deskriptiven Natur der Ergebnisse von Inhaltsanalysen wird vielfach der Mehrwert von Kombinationen mit weiteren sozialwissenschaftlichen Methoden betont, gerade auch im Kontext komparativer Studien (Hallin/Mancini 2012b: 218).¹¹⁷ Mit *Methodenkombinationen* wird in den Sozialwissenschaften die Hoffnung verbunden, dass sich die Schwächen der verwendeten Methoden gegenseitig ausgleichen bzw. sich der Erkenntnisgewinn ergänzt (Hanitzsch/Esser 2012: 511; Bucy 2015: 1105; Pfetsch/Heft 2015: 39). In letzter Konsequenz sind einige Interpretationsansätze (Merten 1995) nur durch Methodenkombinationen vollständig zu realisieren.

Um die *Struktur* transnationaler Netzwerköffentlichkeit im Internet nachvollziehen und ihre Entstehung erklären zu können, bietet sich *die soziale Netzwerkanalyse* (SNA) als sinnvolle Ergänzung zur Inhaltsanalyse an (De Maeyer 2012: 746-748; Nuernbergk 2013; Benkler/Roberts/Faris/Solow-Niederman/Etling 2015).¹¹⁸ Diese Methode wurde bereits häufig zur Erforschung der Kommunikationsstrukturen im Internet sowie vereinzelt zur Analyse transnationaler Öffentlichkeitsstrukturen herangezogen (Pfetsch/Heft 2015: 38). Wesentlich seltener wurde sie auf die Schnittmenge von beidem, der transnationalen Öffentlichkeit im Internet angewendet, obwohl gerade dort ihr Mehrwert auf der Hand liegt. Unter Bezugnahme auf Karl Deutschs frühe Ausführungen zur transnationalen Öffentlichkeit bezeichnet Halavais (2000: 11), der sich auf strukturelle Analysen des Internets spezialisiert hat, die SNA als „natural approach [...] to determine whether and where Deutsch’s ‘gaps’ appear“.

Viele Autoren sehen in der SNA eine reine Auswertungs- und keine Erhebungsmethode im klassischen Sinne (Bucy 2015: 1105-1107). Dadurch dass die SNA allerdings bereits bei der Konzeption der Inhaltsanalyse mitgedacht werden muss, *Erhebungs- und Auswertungsmethode* also *intensiv*

¹¹⁷ Mit Methodenkombinationen beschäftigen sich die Sammelbände von Loosen und Scholl (2012a) sowie Quandt und Jandura (2011). Gerade auch im Bereich der politischen Kommunikationsforschung nimmt der Anteil an Methodenkombinationen stetig zu (Bucy 2015: 1103).

¹¹⁸ Hepp wirbt schon 2009 für die Notwendigkeit netzwerkanalytische Methoden für die Untersuchung kommunikativer Vernetzung im Kontext von Online- und im Speziellen von Social-Media-Angeboten heranzuziehen (Hepp 2009: 44).

miteinander verzahnt sind, kann in diesem Fall durchaus von einer Methodenkombination gesprochen werden (Loosen/Schöll 2012b: 14-15; Nuernbergk 2012: 293). Der Einsatz der SNA geht hier über reine zusätzliche Auswertungen hinaus und die Ergebnisse der Inhaltsanalyse und der Netzwerkanalyse können bis zu einem gewissen Grad auch einander gegenübergestellt werden. Insgesamt sind unterschiedliche Grade der kooperativen Kopplung zwischen den beiden Methoden denkbar (Nuernbergk 2012; 2013: 323).

In den folgenden Kapiteln werden die für diese Arbeit relevanten methodischen Besonderheiten der relationalen Inhaltsanalyse von Onlineinhalten sowie die Kombination mit der Netzwerkanalyse (Kapitel 7.2.1) näher beleuchtet und ihre Eignung für die empirische Analyse diskutiert und begründet. Anschließend wird die Erstellung des Codebuchs beschrieben und in diesem Zusammenhang die Operationalisierung der für die Beantwortung der Forschungsfragen und Hypothesen notwendigen Indikatoren dargelegt (Kapitel 7.2.2). Das letzte Unterkapitel (Kapitel 7.2.3) beschreibt die konkrete Durchführung der Erhebung.

7.2.1 Methodenkombination: Relationale Inhaltsanalyse und Netzwerkanalyse

Um Kommunikationsbeziehungen im Rahmen der transnationalen Netzwerköffentlichkeit im Internet über Diskurse zu messen, müssen die interessierenden Beziehungen bereits im Rahmen der Inhaltsanalyse erfasst werden. Nur auf diese Weise können *die Methoden der Inhaltsanalyse und der Netzwerkanalyse sinnvoll miteinander kombiniert* werden. Mithilfe der Inhaltsanalyse werden einerseits Informationen zu den Entitäten, also den Knoten, des Netzwerks gesammelt und andererseits die Beziehungen zwischen diesen Entitäten, also die Kanten, inhaltlich evaluiert und eingordnet (Albrecht 2010; Haas/Malang 2010). Zu diesem Zweck müssen neben *linearen* auch *relationale Daten* erhoben werden.

Die *klassische Inhaltsanalyse kann nur begrenzt (Sinn-)Zusammenhänge oder Strukturen messen*, da sie die einzelnen interessierenden Elemente jeweils getrennt erfasst (Adam 2008: 181). Anschließend lässt zwar die *Kontingenzt*, also das gemeinsame Vorkommen zweier Merkmale innerhalb einer Analyseeinheit, eine Beziehung zwischen den Merkmalen recht plausibel vermuten, eine sichere Schlussfolgerung ist aufgrund einer reinen Merkmalskombination aber nicht möglich (Adam 2008: 181). Früh rät deshalb

bereits 2001 Beziehungen zwischen zwei Merkmalen zusätzlich zur Kontingenz noch über „inhaltsanalytische Interaktionsanalysen“ zu messen, um derartige Zusammenhänge valide zu erfassen (Früh 2001: 242). Dabei stellt die SNA¹¹⁹ eine überzeugende Ergänzung zu den herkömmlichen sozialwissenschaftlichen Erhebungs- und Auswertungsmethoden dar (Hogan 2008: 142).

Diesen Ansatz wendet Adam (2007) im Rahmen ihrer Dissertation an, indem sie ihn auf die Analyse transnationaler Öffentlichkeit in deutsch- und französischsprachigen Printmedien überträgt. Mithilfe der *relationalen Inhaltsanalyse* untersucht sie „symbolische Kommunikationsnetzwerke“ (Adam 2007). Symbolisch sind diese Netzwerke zum einen in Anlehnung an das Konzept der symbolischen Politik und zum anderen, weil es sich um die Struktur von Akteurskonstellationen und Diskursen auf Basis der Politikdarstellung in den Medien handelt. Sie misst also streng genommen keine realen Akteurskonstellationen, sondern medial gefilterte und konstruierte Abbildungen der Wirklichkeit (Watts 2004: 254; Mützel/Fuhse 2010: 15; Nuernbergk 2013: 323).

Während die beschriebene Pilotstudie auf Zeitungsartikeln basiert, eignet sich *die SNA* insbesondere aber auch für die *Analyse von Internetinhalten*, da soziale Interaktionen im Netz aufgrund der technischen Infrastruktur per se meist netzwerkorientiert sind und Informationen dort aufgrund der Hypertextstruktur bereits häufig als Netzwerke präsentiert werden (Halavais 2000: 11-12; Hogan 2008: 142-143; 147; 156). In diesem Sinne und aufbauend auf der Studie von Adam (2007; 2008) analysiert Nuernbergk (2013) die kommunikativen Beziehungen zwischen Mainstream- und Gegenöffentlichkeit im Kontext des G8-Gipfels 2007 in Heiligendamm. Er überträgt die relationale Inhaltsanalyse auf die Internetöffentlichkeit und

¹¹⁹ Die SNA konnte sich seit den 1970er Jahren als eigenständige Methode und Theorieansatz zunächst vor allem in den USA etablieren und seitdem konstant weiterentwickeln. Wichtige Impulse hierfür kamen aus der Sozialpsychologie und der Sozialanthropologie (Jansen 2006: 37-48; Hogan 2008: 142-143; Gamper/Reschke 2010; Schnegg 2010: 58-65 siehe Kapitel 2.3). In Deutschland wurde die SNA zunächst in der soziologischen Elitenforschung angewendet, bevor auch die Kommunikationswissenschaft sich diese Methode nutzbar machte (Krüger 2013: 106). SNA-Pionier in der deutschen Kommunikationswissenschaft ist Schenk (1995) mit seinen Studien zu Meinungsführern. Neben der Medienwirkungsforschung wurde die Methode auch vereinzelt in der Journalismus- und Diffusionsforschung angewendet. Auf ein breiteres, schnell ansteigendes Interesse stößt die SNA erst international im Kontext der Onlineforschung (Hogan 2008: 141; Gamper/Reschke 2010; Neubarth/Nuernbergk 2011; Nuernbergk/Neubarth 2014).

passt sie diesbezüglich an die spezifischen medialen Bedingungen an (Nuernbergk 2013: 322-333).

Die vorliegende Studie folgt der Tradition der beiden genannten Studien. In Anlehnung an ihre methodische Konzeption wird die transnationale Entgrenzung öffentlicher Kommunikation im Internet mithilfe *einer Kombination aus relationaler Inhaltsanalyse und Netzwerkanalyse* untersucht. Die Inhaltsanalyse liefert bei dieser Studie selbstständige Erkenntnisse und fungiert darüber hinaus als Erhebungsinstrument für die Netzwerkanalyse.¹²⁰ Die Netzwerkanalyse dient im Rahmen dieser Arbeit der *Erfassung, Abbildung und Interpretation von Kommunikationsnetzwerken*.

Kommunikationsnetzwerke können ganz grundlegend zwischen *Akteuren* oder einzelnen *Medienangeboten, Mitteilungen und Mitteilungselementen* bestehen. Diese Beziehungen können inhaltsanalytisch erfasst und anschließend mithilfe der Netzwerkanalyse ausgewertet und abgebildet werden (Wassermann/Faust 1994: 3-4; Jansen 2006: 51). Bei einem Großteil der strukturellen Öffentlichkeitsforschung sowie in dieser Studie stehen aber *die Beziehungen zwischen den Akteuren* im Vordergrund, die aus den Medieninhalten extrahiert werden.

Die verschiedenen *akteursfokussierten Netzwerkarten* (Kapitel 2.2), die für die Kommunikationswissenschaft von Interesse sind, können noch entlang zweier weiterer Dimensionen analytisch differenziert werden (Neubarth/Nuernbergk 2011: 7, 2013; Nuernbergk/Neubarth 2014; Ognyanova/Monge 2013; Fu 2016: 300): Zum einen können *Netzwerke interpersonalen* von denen *massenmedialer Kommunikation* unterschieden werden (1). Bei ersteren gilt es immer wieder zu klären, inwiefern es sich bei ihnen überhaupt um öffentliche Kommunikation handelt. Zum anderen können Netzwerke der direkten Akteursbeteiligung (*Beteiligtennetzwerke*), wahlweise als Kommunikator oder Rezipient, von über indirekte Beteiligungen konstituierten Netzwerken (*symbolischen Netzwerken*) abgegrenzt werden (2). Bei Letzteren ergeben sich, wie oben bereits angerissen, die Beziehungen aus Bezugnahmen, Zitationen oder Adressierungen innerhalb von Mitteilungen jeglicher Art (Neubarth/Nuernbergk 2011: 7, 2013; Nuernbergk/Neubarth 2014).

Im Internet verwischen die Grenzen zwischen interpersonaler und massenmedial vermittelter Kommunikation. Auch durch den einfacheren Rollenwechsel zwischen Kommunikator- und Rezipientenrolle werden die

¹²⁰ Klassischerweise dienen Befragungen als wichtigstes Erhebungsverfahren in der soziologischen Netzwerkforschung, auch wenn andere Verfahren nicht ausgeschlossen werden (Jansen 2006: 69-71).

Grenzen zwischen den verschiedenen Netzwerkarten durchlässiger und flüchtiger. Durch die Möglichkeit zur Disintermediation können gerade die Beteiligtenetzwerke aus einer Vielzahl von Akteuren bestehen und durch die Integration verschiedener Angebotsformen und Kommunikationsebenen können Beteiligtenetzwerke auf verschiedenen Ebenen (z. B. Anbieter, Autor/Gastautor einer Mitteilung, verlinkte Quelle) basieren und diese in einem Öffentlichkeitsnetzwerk zusammenführen. Auch die Möglichkeiten, symbolische Netzwerke zu formen, nehmen auf Basis der speziellen Infrastruktur des Internets zu. Neben Zitaten und Erwähnungen innerhalb von Mitteilungen, können Akteure dort auch verlinkt, verschlagwortet oder anderweitig adressiert (z. B. über Mentions auf Twitter) werden (Kapitel 3.1-3.3.3). Im Gegensatz zu der Erforschung reiner Offline-Netzwerke bieten Online-Netzwerke den Vorteil, dass sie auch passiv gewonnen werden können, ohne eine aufwendige Befragung von Akteuren durchführen zu müssen, die vielfach ihr eigenes soziales Netzwerk nicht vollständig reflektieren (Hogan 2008: 157). Um die Forschungsfragen dieser Arbeit beantworten zu können, müssen also *sowohl symbolische als auch Beteiligtenetzwerke* in den Blick genommen werden, die *primär massenmedial vermittelt* werden.¹²¹

Für die valide Erfassung von Kommunikationsbeziehungen mithilfe von Inhaltsanalysen *müssen die einzelnen relationalen Elemente genau definiert sein*. Analog zu der Definition linearer Kategorien (Adam 2007: 57; Rössler 2010: 95-10; Nuernbergk 2013: 324), muss im Analyseschema genau festgehalten werden, was als Knoten und Kanten gilt und welche Ausprägungen jeweils erfasst werden sollen. Die Konzeption relationaler Kategorien folgt dabei der *Beziehungslogik* von *Subjekt-Aktion-Objekt (S-A-O)* (Roberts 2000; Adam 2008: 182).

In Anlehnung an obige Ausführungen können einerseits verschiedene Kommunikatoren und andererseits verschiedene Medienangebote oder Mitteilungen als *Subjekte* gemessen werden (*S*). Akteure als Subjekte können Aussagenträger verschiedener Art und Ebenen sein, beispielsweise Anbieter, Autoren oder von ihnen zitierte Sprecher. Neben Einzelpersonen können auch, wie in der Öffentlichkeitsforschung üblich, kollektive Akteure bzw. Akteurskategorien (z. B. Regierungs- oder zivilgesellschaftliche Akteure) erfasst werden (Wellman 2003: 137; Nuernbergk 2013: 325).

¹²¹ Für eine alternative, allerdings gröbere Typologie von Netzwerken für die Analyse von Mediensystemen siehe Ognyanova und Monge (2013). Sie propagieren eine alternative, allerdings gröbere Typologie von Netzwerken. Hier wird der detaillierteren und auf die öffentlichkeitstheoretische Analyse zugeschnittenen Einteilung von Netzwerken durch Neubarth und Nuernbergk (2011: 7, 2013) gefolgt.

Als *Aktion* werden die über Mitteilungen hergestellten (Beteiligtenetzwerke) bzw. in Mitteilungen angesprochenen Beziehungen (symbolische Netzwerke) codiert (*A*). Beziehungen in Kommunikationsnetzwerken können analog zu sozialen Beziehungen erstens über ihren Inhalt, zweitens über die Existenz und Ausprägung einer Bewertung und drittens über ihre Intensität klassifiziert werden (Wassermann/Faust 1994: 136-139; Jansen 2006: 59-60). Zunächst kann also der thematische Kontext einer Bezugnahme erfasst werden, indem das Thema eines Beitrags oder einer Aussage bestimmt wird. Desweiteren kann codiert werden, ob ein Beitrag oder eine Aussage eine Bewertung enthält oder neutral verfasst ist. Die Bewertung kann sich auf das angesprochene Thema oder den Adressaten beziehen und positiv oder negativ sein. Außerdem kann entweder bereits bei der Erhebung per Codierentscheidung (mithilfe einer Skala) oder nachträglich bei der Auswertung (z. B. über die Häufigkeit einer Beziehung zwischen denselben Akteuren) die Intensität einer Kommunikationsbeziehung bestimmt werden (Nuernbergk 2013: 325). Netzwerke, welche die unterschiedliche Intensität von Kanten berücksichtigen werden als gewichtete Netzwerke bezeichnet (Wassermann/Faust 1994: 145).

Bei vielen Studien zur öffentlichen Kommunikation im Internet, deren Auswertungen auf Netzwerkanalysen basieren, geht die Bestimmung der Akteure und Beziehungen nicht über oberflächliche *Merkmale* hinaus, *die sich automatisiert erfassen lassen* (Ackland/O'Neil 2011; Adamic/Glance 2005; Bennett/Segeber/Walker 2014; Diani 2003; Himmelboim 2010; Lowrey 2006; Park/Jankowski 2008; Park/Thelwall 2008; Robinson 2006; Segev/Blondheim 2013; Tremayne 2004; Weber 2012; Wiederer 2007; Woo-Young/Park 2012; Zimbra/Abbasi/Chen 2010). Ein Großteil dieser Studien bildet *vorwiegend Hyperlinkstrukturen* ab, ohne deren inhaltlichen und qualitativen Gehalt genauer zu untersuchen (De Maeyer 2012; Fu 2016: 302-306). Gemeinsam ist diesen Untersuchungen die Annahme, dass Hyperlinks als Stellvertreter für soziale Phänomene gelten können. Dabei werden den Links jeweils unterschiedliche Ausprägungen sozialer Beziehungen auf variierenden Abstraktions- und Generalisierungsebenen unterstellt, zumeist ohne diese Annahmen genauer zu validieren. Auf dahinterliegende Motive wird meist indirekt geschlossen, ohne dass Befragungen der Anbieter diese Annahmen absichern. Es bleibt auch fraglich, ob Motive hinter sehr spezifischen Links im Nachhinein überhaupt durch Befragungen valide erhoben werden können (De Maeyer 2012: 739-746).

Als eine der wenigen Onlineforscher reflektieren Shumate und Contractor (2013) die Funktion von Beziehungen in Netzwerken. Sie unterscheiden drei verschiedene Arten von Netzwerkbeziehungen im Internetkontext:

Verbundenheit („affinity“), Fluss („flow“) und Representation („representation“). Alle drei Beziehungsarten spielen in der Kommunikationswissenschaft eine Rolle (De Maeyer 2012: 739-746), aber die im Rahmen dieser Studie *besonders relevanten Beziehungsarten Hyperlink, Zitat und Erwähnung* ordnet Fu (2016: 305) vor dem Hintergrund des oben genannten Schemas dem *Bereich der Representation* zu (Watts 2004: 254). Im Gegensatz zu Verbundenheits- und Fluss-Beziehungen widmet sich die Kommunikations- und insbesondere die Journalismusforschung repräsentativen Beziehungen eher weniger, obwohl gerade in diesem Bereich große Potenziale für die zukünftige Forschung liegen (Fu 2016: 303-304, 306, 308).

Vermutlich häufig aus forschungspragmatischen Gründen werden lediglich die *reine Existenz oder Häufigkeiten von Hyperlinks* gemessen und allenfalls oberflächliche qualitative Merkmale zu den Knoten und Kanten erfasst (De Maeyer 2012: 747). Nur wenige Studien kategorisieren Links inhaltsanalytisch. Meist verbleibt die Inhaltsanalyse auf einem recht rudimentären Niveau (z. B. Highfield 2011; De Maeyer 2012: 746-748; Hyun 2012; Hale 2012).¹²² Hyun (2012: 403) erfasst inhaltsanalytisch beispielsweise lediglich basale Eigenschaften der Akteure, wie die politische Orientierung und Organisationszugehörigkeit, ohne die von ihm angewendeten Methoden bzw. deren Kombination hinreichend zu reflektieren. Bennett, Segerberg und Walker (2014) untersuchen bei ihrer Netzwerkanalyse von Hyperlinks in Tweets im Kontext der Occupy-Bewegung auch Kanteneigenschaften, indem sie grob zwischen Nachrichten („news“), Kommentar („commentary“) und Spezialgebiet („specialty“) unterscheiden. Dabei bietet sich gerade bei der Analyse von Beziehungen zwischen Blogs an, die individuellen Ausprägungen des Formats und die Spezifika verschiedener Verweisformen zwischen ihnen genauer zu spezifizieren und in die Netzwerkanalyse zu integrieren (Watts 2004: 254; Herring 2008: 13; Moe 2010; De Maeyer 2012: 746-748; Benkler/Roberts/Faris/Solow-Niederman/Etling 2015).¹²³

¹²² Nachdem die Blogforschung in den letzten Jahren etwas eingeschlafen ist, finden sich Studien, die Inhalts- und Netzwerkanalyse kombinieren mittlerweile vor allem in Bezug auf das Internetangebot Twitter (z. B. Himelboim/McCreery/Smith 2013). Häufig verbleibt die Anwendung der Netzwerkanalyse dabei aber auf dem Niveau einer reinen Sampling-Methode für die Inhaltsanalyse (z. B. Jackson/Foucault Welles 2015). Außerdem weist De Maeyer (2012: 746) zu Recht darauf hin, dass sich Verlinkungsarten und die Motive dahinter von Internetangebot zu Internetangebot stark unterscheiden können.

¹²³ Ein gutes Beispiel für eine mögliche Kategorisierung von Verlinkungsstrukturen liefert De Maeyer (2010), die allerdings Nachrichten-Websites französischer Medien untersucht und keine Blogs.

Insbesondere bei den *Blogstudien* stellt sich zusätzlich zu der fehlenden inhaltlichen Einordnung der Verlinkungen noch das Problem einer falschen *Bewertung der Links*. Häufig werden Verlinkungen durchweg als positiv angesehen und mehr oder weniger mit Zustimmung gleichgesetzt, obwohl verlinkte Inhalte und Quellen genauso gut Gegenstand von Kritik sein können (Bruns/Highfield 2015: 330). In diesem Aspekt geht sowohl die Vorgängerstudie von Nuernbergk (2013) als auch die vorliegende Arbeit über das Standardprozedere hinaus, indem sie den Fokus auf die qualitative Bewertung der Akteure und der Kommunikationsbeziehungen auf der Grundlage ihres Kontextes durch die Methodenkombination mit der relationalen Inhaltsanalyse legen. Somit werden Kommunikationsnetzwerke nicht nur abgebildet, sondern sie können genauer beschrieben werden, wodurch die *Möglichkeit* geschaffen wird, *Netzwerkstrukturen zu erklären* (De Maeyer 2012: 745).¹²⁴

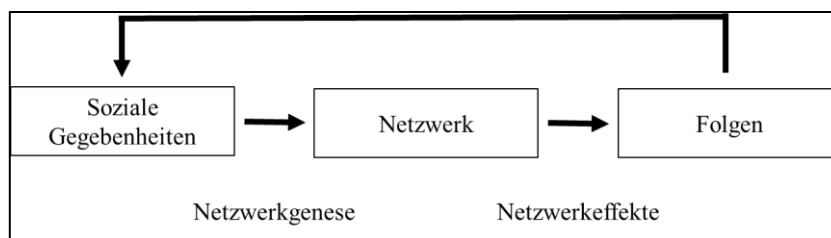
Laut Borgatti und Foster (2003: 1000) handelt es sich bei der Untersuchung *der Genese von Netzwerken* und *der Analyse von Effekten von Netzwerken* um die beiden primären Forschungsziele der SNA, die sich in *einen kausalen Kreislauf* (Abb. 1) einordnen lassen, der aus den Komponenten soziale Gegebenheiten, dem Netzwerk und bestimmten Folgen besteht. Fokussiert sich eine Studie auf den Pfeil zwischen sozialen Gegebenheiten und dem Netzwerk, bildet das Netzwerk die abhängige, zu erklärende Variable der Analyse. Bei der Netzwerkgenese basieren die Erklärungen meist auf den Attributen der Knoten. Hebt eine Untersuchung aber auf den zweiten Pfeil zwischen Netzwerk und seinen Folgen ab, stellt das Netzwerk die unabhängige, erklärende Variable dar. Die Erklärung von Netzwerkeffekten beruht auf Eigenschaften der Einbettung von Knoten und Attributen der Zielknoten und beschreibt mithilfe dieses Kontextes Handlungen bzw. Einstellungen einzelner Knoten. Auf einer übergeordneten Ebene erklären Eigenschaften des Gesamtnetzwerkes oder einzelner seiner Komponenten Handlungen und Einstellungen von sozialen Gruppen. Die Folgen sozialer Netzwerke wirken sich wiederum auf die Grundvoraussetzungen weiterer sozialer Netzwerke aus, womit sich der Kreislauf schließt (Borgatti/Foster 2003: 1000). Da über die Netzwerkstrukturen von WiFi-Blogs im Rahmen des Diskurses zur GWFK keine wissenschaftlich belastbaren Kenntnisse vorliegen, ist es sinnvoll, den *Fokus der vorliegenden Studie auf die Netzwerkgenese* zu richten. Gerade in dieser Verbindung aus qualitativer und

¹²⁴ Je nach Forschungsfrage hat jede der beiden allgemeinen Herangehensweisen ihre Berechtigung. So kann es beispielsweise in dem einen Fall sinnvoll sein sehr umfassende aber eher oberflächliche Netzwerke zu messen und in einem anderen kleine, detailliertere (Hogan 2008: 143).

quantitativer Analyse von Netzwerken liegen ungemeine Potenziale für die Kommunikations- und insbesondere die Öffentlichkeitsforschung.

Insbesondere hinsichtlich der Analyse deliberativer Anforderungen bereichert das Instrumentarium der SNA das Methodenspektrum ungemein (Ikeda/Yasuda 2015: 1508-1509). Vereinzelt wird bereits versucht die Netzwerkanalyse mit *automatisierten Inhaltsanalysen* zu verbinden (Etling et al. 2010). Wirklich *tiefgreifende inhaltliche Erkenntnisse über Diskurse* können bislang allerdings *nur von menschlichen Codierern* erfasst werden, was den Forschungsaufwand immens erhöht und die Menge des bearbeitbaren Materials erheblich einschränkt.

Abb. 1: Kausalitätsbeziehungen von Netzwerkstudien



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Borgatti/Foster (2003: 1000).

Aufgrund der Erhebung und ihrer spezifischen Beschaffenheit handelt es sich bei *Kommunikationsbeziehungen* meist um *gerichtete Beziehungen* (Wassermann/Faust 1994: 121-136; Jansen 2006: 59-60). Indem ein Sprecher seine Mitteilung an einen Adressaten richtet, entsteht eine einseitige Beziehungsrichtung. Zwar besteht die Möglichkeit durch verschiedene Feedbackkanäle, gerade im Internet, dass Adressaten antworten bzw. die Kommunikationsbeziehung erwidern, in massenmedial vermittelten Kommunikationsnetzwerken bilden jedoch reziproke Beziehungen eher die Ausnahme. Zumeist handelt es sich um asymmetrische, einseitige Beziehungen (Nuernbergk 2013: 325). Genau wie für die Subjekte verschiedene Attribute erfasst werden, *besitzen auch die Beziehungen mehrere Eigenschaften*. Diese Multidimensionalität gilt es im Rahmen der Inhaltsanalyse zu erfassen (Ikeda/Yasuda 2015: 1506), zumal die Forschungsliteratur darauf hindeutet, dass die Beziehungsart die Struktur sozialer Netzwerke stärker beeinflusst als die Eigenschaften der Knoten (Borgatti/Mehra/Brass/Labianca 2009; Fu 2016: 301).

Objekte der Beziehungen können verschiedene Arten von Adressaten sein (*O*). Bei massenmedial über das Internet vermittelten Mitteilungen ist das vor allem das Publikum. Im Gegensatz zu den traditionellen Massenmedien liegen dem Anbieter eines Internetangebots dank Web-Analytics und Nutzerdaten mehr oder weniger detaillierte Informationen über die Zusammensetzung seines Stammpublikums vor, auch wenn es letztlich keine hundertprozentige Kontrolle über die öffentliche Verbreitung der Inhalte gibt. Und auch die Nutzer eines Internetangebots selbst können sich bis zu einem gewissen Grad untereinander vernetzen und unter bestimmten Umständen über veröffentlichte Nutzermetriken Informationen über ihr Mit-Publikum erhalten.

Die einzelnen *Kategorien für die Codierung* werden folglich *über diese spezielle Beziehungslogik abgegrenzt*. Es müssen Informationen über Subjekte, Aktionen und Objekte erhoben werden. Während sich Adams (2007) relationale Inhaltsanalyse auf Sprecher und ihre einzelnen Aussagen konzentriert, für die sie in der Tradition der Claims-Analyse noch engere Bedingungen definiert¹²⁵, erfasst Nuernbergk (2013) *Netzwerke auf ganz verschiedenen Ebenen des Medienangebots, der Autoren einzelner Beiträge, der von ihnen genannten Sprecher und verlinkten Quellen*. Dadurch trägt er der größeren Komplexität von Netzwerken öffentlicher Kommunikation im Internet Rechnung. Auch im Rahmen dieser Arbeit muss demnach über die reine Claims-Analyse hinausgegangen werden, zwar auf Kosten eines Verlustes von Detailinformationen auf Aussagenebene, aber dafür mit umfassenden Erkenntnissen auf der Anbieter- bzw. Angebotsebene.

Neben den oben beschriebenen internetspezifischen Netzwerkeigenschaften müssen für die Messung transnationaler Öffentlichkeit im Internet noch *transnationale Merkmale für die Knoten und Kanten* erfasst werden. Je nach Entgrenzungsdimension muss die nationale bzw. kulturelle Zugehörigkeit der Akteure bestimmt werden. Und hinsichtlich der Kanten muss jeweils festgehalten werden, ob und wenn ja, welche nationalen bzw. kulturellen Grenzen sie überschreiten (Kapitel 4.4). Das Internet sorgt einerseits für mehr Transparenz über zusätzliche Informationen zu Knoten und Kanten und archiviert diese Informationen sogar, und andererseits erschwert die fehlende Institutionalisierung und Standardisierung im Internet die Zuordnung einzelner Kommunikatoren zu spezifischen nationalen und

¹²⁵ Ein Claim liegt vor, wenn Sprecher in einer Mitteilung den von ihnen innerhalb der Mitteilung angesprochenen Adressaten eine Verantwortlichkeit, Unterstützung oder Kritik zuschreiben. Claims sind also inhaltliche Interaktionskomponenten innerhalb einer Akteurskonstellation (Adam 2008: 183; siehe auch Koopmans/Statham 2010a: 55).

kulturellen Kontexten. Der Zugang zu zusätzlichen Informationen im Internet wird also erleichtert, während die klare Zuordnung erschwert wird. Beispielsweise liefern Social-Media-Profile mögliche ergänzende Informationsquellen in Bezug auf nationale oder kulturelle Zugehörigkeit eines Anbieters, aber gleichzeitig können einzelne Internetangebote von verschiedenen Standorten gleichzeitig erstellt werden. Eine eindeutige Zuordnung einzelner Produzenten von Inhalten ist dadurch nicht immer möglich. Um diesen Umständen Rechnung zu tragen, erfolgt *die nationale bzw. kulturelle Zuordnung der Akteure* im Rahmen dieser Analyse *differenziert und mehrschrittig*.

Trotz dieser Schwierigkeiten bergen *Internetinhalte* insgesamt *ein großes Potenzial für komparative Studien* und insbesondere für Untersuchungen, die sich mit dem Überschreiten von nationalen und kulturellen Grenzen durch Kommunikationsflüsse beschäftigen (Barnett/Sung 2006: 225-226; Pfetsch/Heft 2015: 39). Obwohl die Anzahl empirischer Analysen in diesen Forschungsbereichen, die auf Netzwerkanalysen bzw. sogar auf der Methodenkombination mit der Inhaltsanalyse basieren, stetig zunimmt, stellen sie insgesamt immer noch eine Ausnahme dar (Halavais 2000: 9; van Os/Jankowski 2007b: 70). Die konkreten Fragestellungen, die mit entsprechenden Forschungsdesigns untersucht werden, sind dabei äußerst vielseitig. Die simpelsten Studien vergleichen und erfassen *cross-nationale bzw. cross-kulturelle Hyperlinknetzwerke* (Koopmans/Zimmermann 2010: 175; Hale 2012). Wesentlich tiefer steigen *transnationale Claims-Analysen* in die Internetinhalte ein (Koopmans/Statham 2010a). Einen noch anspruchsvolleren und tiefgreifenderen Schwerpunkt stellt *die netzwerkanalytische Analyse von Diskurskoalitionen über verschiedene Länder hinweg* dar (Adam 2008: 192-195; Pfetsch/Heft 2015: 39). Diese Studien zeigen, dass soziale Netzwerkstrukturen zumindest teilweise von kulturellen Faktoren abhängen (Ikeda/Yasuda 2015: 1506). Die vorliegende Arbeit lässt sich zwischen den beiden Extremen einordnen. Sie geht über den reinen komparativen Vergleich von oder die Erfassung cross-nationaler Hyperlinks hinaus, indem sie diese inhaltlich bewertet. Dennoch verbleibt die Analyse auf der Ebene von Blogpostings, ohne einzelne Claims zu untersuchen.

Entsprechend der Forschungsfragen werden *aus den codierten relationalen Daten verschiedene Netzwerke* gebildet. Je Netzwerk müssen einzelne *Matrizen* aus den Kommunikatoren und Adressaten erstellt werden. In der Regel bilden die Zeilen einer solchen Matrix ausgehende und die Spalten eingehende Beziehungen ab (Nuernbergk 2013: 326). Aus jeder Matrix lässt sich ein einzelner Netzwerkgraph erstellen, der das jeweilige Bezie-

hungsnetzwerk visualisiert. Auf der Grundlage der einzelnen Matrizen können dann für die Netzwerke verschiedene Netzwerkmaße (z. B. Dichte, Zentralität, Homophilie) bestimmt werden, die vor dem Hintergrund spezifischer Theorieperspektiven und Annahmen interpretiert werden können. Bei *Kommunikationsnetzwerken* stellt sich hier die zusätzliche Schwierigkeit, dass es sich überwiegend um *gerichtete bzw. gewichtete Beziehungen* handelt, für die *nicht alle netzwerkanalytischen Rechenverfahren geeignet* sind (Wassermann/Faust 1994: 729; Jansen 2006: 127-162; Adam 2007: 57; Friemel 2008: 485). Außerdem können relationale Informationen, die durch die Netzwerkanalyse gewonnen wurden wiederum in herkömmliche statistische Verfahren wie beispielsweise Regressionsanalysen einfließen (Hogan 2008: 149-151).

Obwohl die Analyse transnationaler Öffentlichkeit insgesamt stark von der Ergänzung durch die Netzwerkanalyse profitiert hat (Pfetsch/Heft 2015: 38), unterliegen sowohl die relationale Inhaltsanalyse als auch die Netzwerkanalyse gewissen Einschränkungen. Die relationale Inhaltsanalyse ist prinzipiell mit den gleichen *Vor- und Nachteilen* wie herkömmliche Inhaltsanalysen konfrontiert (Kapitel 7.2). Durch die zusätzlichen relationalen Indikatoren gewinnen entsprechende Codebücher noch weiter an Umfang was die generell *höheren Ansprüche an die Codierer* erheblich steigert. Bei der Netzwerkanalyse handelt es sich letztlich auch um eine *starke Simplifizierung sehr komplexer sozialer Strukturen*. Diesem Umstand wird häufig, wie auch im Rahmen dieser Arbeit, versucht durch das Erfassen verschiedener Netzwerke auf unterschiedlichen Ebenen zu begegnen (Hogan 2008: 143). Gerade auch die *Anwendung der SNA auf Internetinhalte* schafft Probleme. Auch wenn die Datenerhebung für die SNA im Internetkontext erleichtert wird, da aufwendige Interviews oder Beobachtungen wegfallen (De Maeyer 2012: 744), entstehen dort neue Herausforderungen. Insbesondere die vielgelobte unaufdringliche *Datensammlung bleibt nicht immer unbemerkt*. Außerdem sind die Forscher häufig selbst Bestandteil, beispielsweise als Blogger, der von ihnen untersuchten Infrastruktur (Halavais 2008: 48) und auch *die Veröffentlichung erfasster Netzwerke kann diese wiederum beeinflussen* (De Maeyer 2012: 744-745).

Die bei Nuernbergk (2013: 327) und in dieser Arbeit verwendete rein additive Komposition von öffentlichen Diskursnetzwerken ist streng genommen eine zwar aussagekräftige, aber *vereinfachte Darstellung*. Dabei wird *der gesamte Untersuchungszeitraum als ein aggregiertes Netzwerk* behandelt. Gerade im Rahmen der durch eine hohe Dynamik geprägten Internetöffentlichkeit ist es wahrscheinlich, dass täglich, stündlich oder minüt-

lich Diskursteilnehmer wegfallen und neue hinzutreten, was mit der additiven Methode nicht erfasst wird. Besonders für das Messen kürzerer Zeiträume von wenigen Wochen dürften sich die Verzerrungen aber noch in einem tolerierbaren Rahmen bewegen und die Aussagekraft derartiger aggregierter Diskursnetzwerke ihre Schwächen überwiegen. Eine Alternative wären dynamische Netzwerkanalysen. Diese erhöhen den Erhebungs- und Auswertungsaufwand noch einmal enorm und sind häufig technisch nur schwer umsetzbar.

Trotz dieser kritischen Einordnung ermöglicht die Methodenkombination aus relationaler Inhalts- und Netzwerkanalyse Ergebnisse gegenseitig abzusichern und Strukturen öffentlicher Kommunikation greifbar und somit erklärbar zu machen. Den Limitierungen der Netzwerkanalyse stehen wiederum zahlreiche Vorteile gegenüber, wie der Wegfall des Interviewbias oder die ganzheitlichere Perspektive auf soziale Phänomene (Adam 2007: 60; Nuernbergk 2013: 321).

7.2.2 Entwicklung des Erhebungsinstruments

Für die relationale Inhaltsanalyse transnationaler und transkultureller Strukturen der Internetöffentlichkeit im Kontext der GWFK wurde über den Zeitraum von ungefähr einem Jahr (Mai 2013 bis einschließlich Juni 2014) ein eigenständiges Codebuch entwickelt (Anhang A2). Das endgültige Codebuch basiert *überwiegend* auf *geschlossenen Kategorien*, einige Informationen wurden aber *zusätzlich offen erfasst*.¹²⁶ Insgesamt enthält das Codebuch ein *Zugriffskriterium*, 15 *formale* Variablen, 73 *inhaltliche* Variablen, fünf *wertende* Variablen (Rössler 2005; 2010) und eine offene Anmerkkategorie.

Zusätzlich beinhaltet der *Anhang* des Codebuchs noch eine Liste mit Nationencodes, einen allgemeinen Ereignishorizont zur GWFK und eine Überblicksliste über die Identifikations-Nummern der Seed-Blogs und Postings, die Bestandteile der Stichprobe sind. Die Dokumente im Anhang sollen die Codierung in den jeweiligen Kategorien ermöglichen bzw. unterstützen.

¹²⁶ Zu den offen erfassten Kategorien gehören zusätzliche Fremdsprachen im Blog, sonstige transnationale Blogmerkmale, der Titel des Postings, Tags/Schlagwörter, der/die Name(n) des/der Verfasser eines Postings, Name der erwähnten Institution/Organisation im Posting, Name des/der zitierten Sprecher im Posting, URLs der ersten drei externen Links im Posting, Name der verlinkten Domain und Anmerkungen der Codierer.

Die Variablen beziehen sich insgesamt auf *vier verschiedene Analyseeinheiten* (Blog, Posting, Sprecher, Linkziel) die auch das Codebuch in verschiedene Abschnitte unterteilen (Pfetsch/Adam/Eschner 2008; Rössler 2010: 39-40, 42-45). Ganz allgemein müssen mithilfe der Variablen die grundlegenden Strukturen von Öffentlichkeit, mediale Infrastrukturen, die Akteure und Inhalte, erfasst werden können. Darüber hinaus stellen die Variablen gemäß den aufgestellten Forschungsfragen Indikatoren für spezifische Merkmale der Netzwerköffentlichkeit im Internet sowie der transnationalen bzw. transkulturellen Öffentlichkeit dar (Kapitel 4.4).

Das Erhebungsinstrument dient zum einen dem Ziel, *die vielfältigen Kommunikatorebenen im Internet* angemessen darzustellen und zum anderen das Phänomen der *transnationalen Öffentlichkeit im Internet in seinen verschiedenen Dimensionen* hinreichend abzubilden. Spezifischer lassen sich die Kategorien des Codebuchs den verschiedenen Dimensionen und Kriterien des *deliberativen Öffentlichkeitsmodells* zuordnen, das die Öffentlichkeitsforschung insgesamt und insbesondere die transnationale und internetspezifische Öffentlichkeitsforschung dominiert. Daher wird es auch im Rahmen der vorliegenden Arbeit als normativer Anspruch an die gemessenen Strukturen transnationaler Netzwerköffentlichkeit im Internet angelegt. Da *der Schwerpunkt dieser Arbeit auf der Kommunikatorforschung* liegt, bleiben Publikumsstrukturen von Öffentlichkeit und die Output- bzw. Orientierungsfunktion von Öffentlichkeit weitestgehend ausgeklammert. Die Tabelle A2 im Anhang gibt einen Überblick über die relevantesten Variablen des Codebuchs sowie ihre Zuordnung zu den verschiedenen oben beschriebenen Bereichen und den konkreten Forschungsfragen und Hypothesen (Kapitel 6).

Zunächst wurde ein *Zugriffskriterium* festgelegt, um aus der Masse der im Untersuchungszeitraum veröffentlichten Postings diejenigen herauszufiltern und der eigentlichen Inhaltsanalyse zuzuführen, die sich auch tatsächlich mit der GWFK beschäftigen. Bei vielen Inhaltsanalysen, gerade auch zu transnationaler Öffentlichkeit, basiert die Analyse zunächst auf einem Zugriffskriterium, auch Relevanz- oder Auswahlkriterium genannt (z. B. Pfetsch/Adam/Eschner 2008; Eleta/Golbeck 2012; Schmid-Petri/Häussler/Adam/Waldherr/Miltner/Pfetsch/Bennett 2013). Wie bei vielen anderen Studien, basiert das Zugriffskriterium in einem ersten Schritt auf einer *syntaktischen Prüfung* der Postings durch die Codiererinnen, also dem Vorkommen bestimmter Stichwörter wahlweise in der URL bzw. dem Permalink, dem Titel, den Tags oder dem ersten Textabsatz eines Postings. In einem zweiten Schritt wurden dann Postings, die entsprechende Stich-

wörter enthielten, im Rahmen einer *semantischen Prüfung* dahingehend untersucht, ob sie sich inhaltlich tatsächlich mit der GWFK befassen, wie sie in Kapitel 5.1 definiert wurde. Die dreisprachige Stichwortliste der syntaktischen Prüfung basiert auf der qualitativen Vorstudie, mit der bereits die Suchwörter für die Auswahl von Blogs mithilfe von Google Blogsearch ermittelt wurden (Kapitel 7.1.4). In die Stichwortliste wurden allerdings wesentlich mehr Wörter einbezogen, als in die Blogauswahl.

Bei der Bestimmung von Stichworten für *das Zugriffskriterium komparativer Analysen* muss auf die sorgfältige Übersetzung in alle beteiligten Sprachen geachtet werden, um die Identifikations-Reliabilität aufrecht zu erhalten (Rössler 2012: 463). Zum einen enthielt die *Stichwortliste* allgemeine Stichwörter, die auf die GWFK im Großen und Ganzen abzielen und sich ohne größere Verluste in alle drei Sprachen übersetzen lassen (z. B. Finanzkrise/financial crisis/crisis financiera, Krise der Eurozone/Eurozone crisis/crisis de la zona euro) und zum anderen spezifische Stichwörter, die jeweils nur den Diskurs zur GWFK in einem bestimmten oder maximal zwei der Sprachräume beschreiben (z. B. Spexit, Great Recession/Gran Recession). Außerdem enthielt die Liste Begriffe, zumeist Anglizismen, die in den GWFK-Diskursen in allen drei Sprachräumen Verwendung fanden (z. B. Grexit, PIIGS, Occupy) sowie Eigennamen, zumeist Bezeichnungen von Bankinstituten, die jeweils in einem Sprachraum dominierten (z. B. BayernLB, Royal Bank of Scotland, Bankia). Insgesamt besteht die Liste aus 221 *Stichwörtern*, die *in zwei Kategorien* aufgeteilt wurden. Ein kleiner Teil der Stichwörter galt als *eindeutiger Indikator* für die Zugehörigkeit zum GWFK-Diskurs, das heißt ein Posting wurde analysiert, sofern es eines dieser eindeutigen Stichwörter enthielt. Der überwiegende Anteil der Stichwörter wurde der Kategorie *uneindeutige Stichwörter* zugeordnet, was bedeutete, dass *mindestens zwei dieser uneindeutigen Begriffe* vorkommen mussten. Im Rahmen der semantischen Prüfung wurden dann aus den Postings, die die syntaktische Prüfung bestanden hatten, diejenigen aussortiert, die sich inhaltlich nicht wirklich mit der GWFK befassen. Dazu gehörten Postings, in denen es ausschließlich um einzelne Wirtschaftsindikatoren wie beispielsweise Arbeitslosenzahlen oder den Konsumklimaindex geht oder Beiträge, die sich mit der Entwicklung einzelner Aktienkurse beschäftigten. In beiden Fällen kann implizit mitschwingen, dass eine negative Entwicklung ein Indikator für eine Wirtschaftskrise ist, aber in diese Studie wurden nur Postings eingeschlossen, die dies auch explizit zum Ausdruck brachten. Ebenfalls ausgeschlossen werden Postings, die in erster Linie politische Aspekte in einzelnen oder zwischen Nationen thematisieren, sofern sie nicht explizit in den Kontext der GWFK gestellt wurden. Postings die

sowohl die syntaktische als auch die semantische Prüfung bestanden hatten, wurden dann weiterführend inhaltsanalysiert.

Anfänglich wurden für die einzelnen Fälle verschiedene *allgemeine formale Variablen* codiert, die Bestandteil der meisten Inhaltsanalysen von Internetinhalten sind, wie Identifikationsnummern der Codierer, der Blogs und der Postings, dem Datum der Codierung sowie dem Permalink des Postings. Eine erste *Filtervariable* ist die *Medialität des Postings*. Im Rahmen der Codierung werden ausschließlich Textinhalte codiert, während zusätzliche Bild- oder Videoinhalte ignoriert werden. Postings, die nur aus (Bewegt-)Bildinhalten bestehen wurden entsprechend von der Analyse ausgeschlossen. Dennoch geben multimediale Postings auch Hinweise auf die Ausschöpfung von technischen Potenzialen der Internetöffentlichkeit. Als *weitere Ausschlussvariable* fungiert die *Sprache des Postings*. Hier wurde die Hauptsprache (>50 Prozent des Inhalts) des Postings erfasst. Neben den für die Codierung berechtigten Sprachen deutsch, englisch und spanisch (i. S. v. kastilisch) konnten noch die zusätzlichen Ausprägungen „sonstige Sprache“ oder „mehrsprachig“ codiert werden. Anders- oder mehrsprachige Postings wurden von der Analyse ausgeschlossen. Bezüglich der für die Codierung relevanten Sprachen mussten die Codiererinnen im Einzelfall entscheiden, ob sie jeweils aufgrund ihrer Sprachkompetenz das Posting codieren durften oder nicht. Postings in Sprachen für die sie keine Befugnis hatten, wurden abschließend von der Projektleitung codiert (Kapitel 7.2.3).

Zusätzlich wurden *Variablen auf Blogebene* codiert. Dazu zählt die dominierende Sprache, in der mehr als die Hälfte der Textinhalte des Blogs verfasst sind (Schätzung auf Basis der Startseite). Mithilfe dieser Variable kann der Blog anschließend eindeutig einem der drei interessierenden Sprachräume zugeordnet, oder aber als mehrsprachig identifiziert werden. Dementsprechend wichtig ist diese Variable für die Erfassung der Input-Phase, um festzustellen welche und wie viele unterschiedliche Akteure am Diskurs beteiligt sind bzw. ob die Sprachraumzugehörigkeit einen entscheidenden Einfluss auf Netzwerkstrukturen hat. Als weitere *formale Blogvariable* wird der WiFi-Blogtyp codiert, also ob es sich um einen in eine klassische Medienmarke und Website integrierten oder unabhängigen Blog handelt (Kapitel 5.3.3). Gehört der Blog zur ressourcenstarken Kommunikationselite, oder werden hier partizipative Potenziale des Internets genutzt? Auch diese Variable zielt somit auf die Beteiligung verschiedener Akteure aus dem gesellschaftlichen Zentrum oder der Peripherie bzw. Kommunikationsexperten oder -laien ab. Weitere formale Blogvariablen wie die Einbindung von Buttons anderer Social-Media-Angebote in die Blogseite, wie beispielsweise Like-, Empfehlungs- oder Share-Buttons, die

Veröffentlichung von (transnationalen) Nutzerstatistiken, alternative Sprachversionen oder transnationale Blogrubriken dienen vor allem der Erklärung von Netzwerkstrukturen. Mithilfe dieser transnationalen Blogmerkmale, die zunehmend in die Blogssoftware integriert werden (Dumova 2012: 257; Schenk/Niemann/Briehl 2014: 21), soll eruiert werden, ob sie einen Einfluss auf die Position eines Blogs in den transnationalen bzw. transkulturellen Netzwerken haben. Zusätzlich werden formale Variablen auf BlogEbene erhoben, die den oder *die Betreiber des Blogs* genauer charakterisieren. Dazu gehört die Anzahl der Blogbetreiber, ihre Namen¹²⁷, ihre Geschlechtszugehörigkeit und die Feststellung, ob es sich bei dem Blogbetreiber um eine oder mehrere Einzelpersonen oder ein Kollektiv handelt, also ob Einzelpersonen als Herausgeber des Blogs im Vordergrund stehen, oder ob eine Organisation bzw. Institution als primärer Herausgeber genannt werden. Ein Großteil der Blogs, das gilt auch für WiFi-Blogs, wird von Einzelpersonen geführt, aber nicht alle. WiFi-Blogs werden ebenfalls von Zusammenschlüssen mehrerer Einzelpersonen oder Organisationen und Institutionen wie beispielsweise Attac betrieben (Kapitel 5.3.3).

In Anlehnung an Inhaltsanalysen in der Tradition der Öffentlichkeitstheorie werden außerdem *Blogvariablen in Bezug auf den Akteurstyp* erhoben. In einem ersten Schritt wurde überprüft, ob der Blogger als professioneller Journalist einzuschätzen ist oder keinen journalistischen Hintergrund aufweist (Eberwein 2010). Anhand des Impressums und der Selbstauskunft des Bloggers wurde nach kleinsten Hinweisen auf eine gegenwärtige oder vergangene professionell-journalistische Tätigkeit oder Ausbildung gesucht. In einem zweiten Schritt wurden für alle Blogger ohne journalistischen Hintergrund verschiedene alternative Akteurskategorien überprüft. Hierfür wurde auf gängige Akteurstypen zurückgegriffen, die sich bereits in verschiedenen Öffentlichkeitsstudien bewährt hatten (Habermas 1994; Peters 1993; Fuchs 1993: 47-74; Gerhards 1994; Imhof 2005: 277-279; Wessler 2008b: 230-232; Miltner et al. 2013). Hinsichtlich der Akteurstypen, die dem Wirtschaftssystem zuzurechnen sind wurde darüber hinaus weiter ausdifferenziert, um dem Diskurs zur GWFK detaillierter gerecht zu werden (Mast 2012; Schmidt-Beck 2014).

¹²⁷ Als Namensbezeichnung wurden falls keine weiteren Angaben ersichtlich waren auch Pseudonyme erfasst. Die Veröffentlichung unter Pseudonym ist für das Blogformat nicht ungewöhnlich (Nuernbergk 2013: 341).

Neben dem Akteurstyp wurde die Nationalität¹²⁸ des Bloggers codiert, insofern sie aus den Angaben im Blog (Impressum, Selbstauskunft, Biografie) ersichtlich wurde. Während die Sprachraumzugehörigkeit eines WiFi-Blogs im Rahmen dieser Arbeit in Bezug auf die Startseite und den dort ersichtlichen Bloginhalt bestimmt wurde, hängt die nationale Zugehörigkeit von der Person des Bloggers ab, da hier eine Zuordnung auf Basis der TLD zu ungenau (Kapitel 4.1.3) und aufgrund der weltweit ungleich verteilten Herkunft der Blogplattformen und -templates auch irreführend wäre (Reese et al. 2007: 256; Zuckerman 2008: 49, Kapitel 3.4).¹²⁹ Mithilfe der verschiedenen Akteurstypen und ihrer nationalen Zugehörigkeit lassen sich dann sowohl soziale als auch geografische bzw. geopolitische Zentrum-Peripherie-Strukturen aufdecken, die im Rahmen transnationaler Öffentlichkeit gleichermaßen von Bedeutung sind (Kapitel 4.2). Zusätzlich zu der Nationalität wurde noch der Wohn- bzw. Standort des Bloggers erfasst, der durchaus von der nationalen Herkunft abweichen und ein Hinweis für transnationale Erfahrungen bzw. Orientierung sein kann (Schmidt 2011: 85). Auf diese Weise soll die Komplexität nationaler Zugehörigkeit im Internet differenzierter abgebildet werden.

¹²⁸ Zu diesem Zweck stand den Codiererinnen eine Nationenliste mit 195 Ländercodes und den zusätzlichen Ausprägungen international und supranational zur Auswahl. Sie basiert auf den 195 von der UNO vollständig völkerrechtlich anerkannten Staaten, bestehend aus 193 UNO-Mitgliedsländern, der Vatikanstadt und Palästina (United Nations 2013). Über die exakte Anzahl an Staaten auf der Erde besteht kein Konsens, erstens in Ermangelung einer einheitlichen Definition eines Staates und zweitens aufgrund der Uneinigkeit bei gut einem Dutzend Gebiete auf der Erde über ihre Eigenständigkeit oder ihre Zugehörigkeit zu bestimmten Staaten. Umstrittene Gebiete wurden jeweils einem Land zugerechnet, zum Beispiel Hongkong, Taiwan und Macao zur Volksrepublik China oder die Golanhöhen zu Syrien. Die Nationenliste enthielt eine Kurz- und eine Langform der Länderbezeichnung auf Deutsch, Kurzformen auf Englisch und Spanisch, die ISO-2- ISO-3-Kürzel, die TLD sowie die jeweilige lokale Bezeichnung des Landes in lateinisierten Schrift.

¹²⁹ Bei der Operationalisierung der Nationalität von Akteuren besteht in den Sozialwissenschaften kein einheitlicher Standard. Sie variiert stark von Studie zu Studie (Kneidinger 2013: 36). Das betrifft insbesondere die nationale Zuordnung von Bloggern: Zuckerman (2008) und Vaisman (2009) umgehen das Problem, indem sie lediglich die untersuchten Blogs anhand der in ihnen dominierenden Sprache einordnen Sprachräumen zuordnen. Alexanyan und Koltsova (2009) definieren diejenigen Blogs als russisch, die ihre Herkunftsinformationen öffentlich machen, die kyrillische Schrift verwenden und zusätzlich entweder einen Standort in Russland oder einem ehemaligen USSR-Land angeben oder einen russischen Browser verwenden. Douai (2009: 135) betrachtet alle Blogs als arabisch, deren Herausgeber einen Standort in der Arabischen Welt angeben, ungeachtet der Tatsache ob sie auf Englisch, Arabisch oder Französisch publizieren.

Aus forschungspragmatischen Gründen werden außer der Erfassung der Gesamtzahl an Blogbetreibern die oben genannten Variablen *je Blog nur für die ersten drei Personen* in der Reihenfolge ihrer Angabe im Impressum codiert. Diese Zahl ist ausreichend, um einerseits den Blog eindeutig ein- und zuzuordnen und andererseits Diversität, Multinationalität und Kosmopolitität zumindest ansatzweise zu erfassen. Alle Bloggervariablen helfen Fragen zur Partizipation und Inklusion in den Diskurs zur GWFK zu beantworten und dienen wahlweise als Ausgang für die Verwendung von Vernetzungsindikatoren, als Attribute für die transnationalen und transkulturellen Netzwerke oder als Erklärungsfaktoren für die Strukturbildung.

Um den verschiedenen Kommunikatorebenen im Internet und speziell der Blogosphäre gerecht zu werden, wurden die oben für die Blogger beschriebenen *Akteursvariablen* auch *für den eigentlichen Kommunikator, den Verfasser des Postings* codiert, insofern er von dem Blogbetreiber abweicht. Gerade in Blogs ist das Verfassen von Gastbeiträgen in anderen Blogs bzw. das Posten von Gastbeiträgen im eigenen Blog eine gängige Praxis. Da sich durch Gastautoren unter Umständen aber das Geschlecht, die Akteursanzahl, der Akteurstyp und die nationale Zugehörigkeit des Verfassers verschieben können, müssen diese Angaben für sie separat erfasst werden. Ansonsten würden Sprecher- oder Linknetzwerke, die aus Gastautoren-Postings generiert wurden, irrtümlich einem falschen Kontext zugeordnet.

Neben den blog- und akteursbezogenen Variablen wurden verschiedene *inhaltsbezogene Variablen* codiert. Dazu zählen die Tags bzw. Verschlagwortung der einzelnen Postings, ihre Länge, ihr Publikationsdatum und die Anzahl der Kommentare unter den jeweiligen Postings. Auch hier geht es primär um die Input-Phase von Öffentlichkeit. Mit den Tags und Kommentaren werden spezifische Charakteristika der Netzwerköffentlichkeit erfasst. Während Tags Auskunft über die thematische Einordnung des Postings durch den Verfasser geben, lassen sich über die Anzahl von Kommentaren Vermutungen über die Sichtbarkeit, Reichweite, Resonanz und in Kombination mit anderen Variablen auch über die Kontroversität anstellen, die ein Posting ausgelöst hat. Über die Länge des Postings lassen sich Anteile am Diskurs bemessen und mithilfe des Publikationsdatums lässt sich die Verteilung der Beiträge über den Untersuchungsraum hinweg darstellen.

Außerdem wurden die *journalistische Darstellungsform*, die *Meinungsbetonung* und die *sprachliche Qualität* des Postings überprüft. Diese drei Variablen bestimmen verschiedene Charakteristika der Netzwerköffentlichkeit im Internet. Gerade in Blogs überwiegen Meinungsbeiträge, die

Darstellungsformen halten sich weniger an journalistische Standards und auch in Bezug auf den sprachlichen Ausdruck wird die Blogosphäre vielfach kritisiert (Kapitel 3.4). Die drei Variablen zielen vor allem auf die Throughput-Phase ab und geben Auskunft über die Kultiviertheit und den Professionalisierungsgrad des Beitrags. Über die verwendeten Darstellungsformen in WiFi-Blogs können auch erste Auskünfte zum Deliberationsgrad gegeben werden, je nachdem ob eine ausgewogene Darstellung widerstreitender Positionen oder eine einseitige, stark meinungsorientierte Berichterstattung überwiegt (Wessler 2008b: 228). Die sprachliche Qualität kann darüber hinaus auch erste Hinweise auf die Zivilität des Postings liefern.

Als weitere inhaltliche Variable wird *der thematische Schwerpunkt* des Postings erfasst. Neben den Sprechern ist das Thema eines der zentralen Merkmale öffentlicher Debatten (Kleinen-von Königslöw 2010a: 51). Die Themenvariable basiert auf den verschiedenen in Kapitel 5.1 beschriebenen Krisenschwerpunkten als übergeordneten Hauptthemen, nämlich Weltwirtschaftskrise, US-amerikanische Immobilien-/Hypothekenkrise, globale Bankenkrise/Krise des globalen Finanzmarktes, Krise der internationalen Realwirtschaft, Staatsschuldenkrise, Krise der Eurozone, denen 81 verschiedene spezifische Themen jeweils zugeordnet werden, wie beispielsweise der Vergleich mit der Großen Depression der 1930er Jahre.

Die Entwicklung der *Themenvariable* erfolgte *mehrschrittig* (Maurer 2010: 28). Da keine kommunikationswissenschaftliche Inhaltsanalyse zum Zeitpunkt der Codebuchentwicklung alle Krisenaspekte gleichermaßen berücksichtigt, konnte die vorliegende Analyse diesbezüglich nicht auf bestehende Forschung zurückgreifen. Eine breitgefächerte Erfassung des Themas ist aber aufgrund des Forschungsinteresses unbedingt notwendig, um überhaupt transnationale Öffentlichkeitsstrukturen entdecken zu können. Zunächst wurden also die Überkategorien aus der Forschungsliteratur zur GWFK abgeleitet (z. B. Krüger 2013: 79-84). Anschließend wurden verschiedene Recherchequellen durchsucht. Zu diesen Quellen gehörten bestehende Codebücher aus der Kommunikationswissenschaft, die entsprechende Themenkategorien zu Teilbereichen der GWFK enthielten (z. B. Reinemann/Maurer/Zerback/Jandura 2013). Die Themenkategorien bezogen sich zumeist nur auf eine spezifische nationale Perspektive. Außerdem wurden im Rahmen einer qualitativen Vorstudie journalistische Quellen, die auch schon bei der Blogauswahl zum Einsatz kamen (Kapitel 7.1.4) herangezogen und verschiedene Themen extrahiert. Im nächsten Schritt wurde die provisorische Themenvariable an konkreten Blogpostings des Samples überprüft und ergänzt (Wessler et al 2008: 35-36). Zu diesem Zweck wurde

zusätzlich getracktes Material aus dem Mai 2012 verwendet, das auch für die Codiererschulung und die Reliabilitätstests benutzt wurde (Kapitel 7.1.4). Abschließend wurde die Themenvariable im Rahmen der Codiererschulung weiter verfeinert, um die Itemäquivalenz abzusichern (Rössler 2012: 461; Vliegthart 2012: 489; Wirth/Kolb 2012: 476-478).¹³⁰

Im Rahmen der Codierung mussten die Codiererinnen *für jedes Posting zumindest ein Hauptthema* codieren, notfalls konnten sie auf eine der Hauptkategorien oder den Ausweichcode „sonstiger Themenschwerpunkt“ zurückgreifen.¹³¹ Darüber hinaus bestand die Möglichkeit noch bis zu zwei Nebenthemen je Posting zu vergeben. Eine multiple Themenvergabe ist nicht unüblich in Inhaltsanalysen (Nuernbergk 2013: 335; Reine mann/Maurer/Zerback/Jandura 2013) und ist gerade im Internetkontext mit seinen Abweichungen von klaren Darstellungsformen eine bewährte Variante, die Reliabilität der Codierung von Themen zu verbessern.

Für jedes codierte Haupt- oder Nebenthema musste anschließend eine *Bewertung* auf einer fünfstufigen Skala von „negativ/kritisch“ bis „positiv“ festgelegt werden. In Kombination mit der Bewertung lassen sich dann anschließend Befürworter- bzw. Kritikernetzwerke abbilden. Ergänzend zu den thematischen Schwerpunkten wurde noch erfasst, ob sich hinter dem einzelnen Posting *ein konkreter Ereignisanlass* wie beispielsweise ein G20-Gipfeltreffen verbirgt, oder ob von der aktuellen Ereignislage der GWFK losgelöst über ein Thema berichtet wird. Auch dieses Vorgehen ist in kommunikationswissenschaftlichen Inhaltsanalysen nicht ungewöhnlich (Krüger 2013: 63; Nuernbergk 2013), so kann das Vorhandenseins eines Ereignisanlasses auf journalistische Berichterstattung bzw. ihre Äquivalente im Internet hinweisen. Es wurde zunächst verschlüsselt, ob ein etwaiger Anlass ersichtlich ist, der dann offen erfasst wurde. Während mithilfe der Themenvariable und des Ereignisanlasses die thematische Vielfalt und Zusammensetzung in der Input-Phase besser beurteilt werden kann, ermöglicht die Bewertung des Themenschwerpunktes bereits erste Aussagen zu der Themenbehandlung in der Throughput-Phase.

¹³⁰ Auch wenn nach Möglichkeit darauf geachtet wurde Äquivalenz auf den verschiedenen Ebenen zu gewährleisten enthält auch dieses Codebuch, wie alle Instrumente komparativer Analysen, eine gewisse Unschärfe bzw. Rauschen („noise“) an nationalen Besonderheiten, die nicht vollständig im Rahmen der Operationalisierung berücksichtigt wurden (Livingstone 2012: 420).

¹³¹ Restekategorien kommt in komparativen Inhaltsanalysen eine gesteigerte Bedeutung zu, um einerseits auf einer groben Ebene allen beteiligten makrosozialen Kontexten adäquat gerecht zu werden und andererseits überbordende Ausprägungslisten mit einer zu großen Detailtiefe zu verhindern (Rössler 2008: 429).

Für die Beurteilung der Throughput-Phase ist es wichtig, nicht nur verschiedene thematische Bereiche des Diskurses voneinander abstecken zu können, sondern auch *die Themenbehandlung* genauer in den Blick zu nehmen. Neben Bewertungen werden zu diesem Zweck in der Öffentlichkeitsforschung häufig Frames untersucht (z. B. Schmid-Petri/Häussler/Adam/Waldherr/Miltner/Pfetsch/Bennett 2013). Für eine quantitative Analyse von Frames müssen deren einzelne Bestandteile (z. B. Ursachen, Problemdefinitionen, Lösungen) im Voraus genau bekannt sein, um dann die Häufigkeit ihres jeweiligen Vorkommens messen zu können. Außerdem handelt es sich bei Frames um ein sehr detailliertes, kleinschrittiges Konzept. Übertragen auf den Diskurs zur GWFK in drei Sprachräumen und diversen Nationen hätte eine entsprechend notwendige Vorstudie zur Ermittlung all dieser einzelnen Frame-Elemente in allen nationalen Kontexten den Rahmen der Möglichkeiten dieser Studie deutlich gesprengt und vermutlich anschließend nur eine begrenzte Aussagekraft besessen (Risse 2015a: 12).

Daher wurde im Rahmen der vorliegenden Studie auf eine Frame-Analyse verzichtet und die Themenbehandlung stattdessen mithilfe von größeren *Konfliktlinien* untersucht, eine Theorieperspektive die, obwohl sie aus der politikwissenschaftlichen Wahl- und Parteienforschung stammt, ebenfalls zu der gängigen Praxis der Öffentlichkeitsforschung zählt (Gerhards 1993a; Pfetsch/Adam/Eschner 2008; Pfetsch/Heft 2015: 49). Unter einer Konfliktlinie wird die Verknüpfung einer Streitfrage mit bestimmten Werten bzw. ideologischen Positionen verstanden (Gerhards/Neidhardt 1990). Eine Konfliktlinie ist also „eine auf Dauer gestellte Gegnerschaft zwischen Akteuren bezüglich politischer Fragestellungen“ (Gerhards 1993a: 39). Sie trennt einerseits Akteure mit gegensätzlichen Ansichten (Befürworter vs. Gegner) in verschiedene Lager und verbindet andererseits gleichgesinnte Akteure (Gerhards 1993a: 39-40; Pappi 2010). Der Konflikt muss dabei manifest ersichtlich werden, beispielsweise durch konkrete Äußerungen in Debatten oder geschilderte Handlungen wie Demonstrationen. Bei latent schwelenden Konflikten handelt es sich dagegen nur um Spannungslinien.

Mithilfe *einer qualitativen Vorstudie* wurden vorab analog zur Themenvariable verschiedene potenzielle Konfliktlinien aus der wissenschaftlichen Forschungsliteratur, journalistischen Beiträgen der drei Sprachräume sowie Blogpostings des Samples aus einem dem eigentlichen Untersuchungszeitraum vorgelagerten Zeitraum extrahiert und in mehreren Schritten zu *acht Konfliktlinien* verdichtet (Voltmer 1997; Pfetsch/Adam/Eschner 2008). Als Hintergrundfolie dienen langfristige und länderübergreifende soziale und wirtschaftspolitische Konflikte beispielsweise *zwischen Kapital und Arbeit, Zentrum und Peripherie* sowie *Markt und Staat* (Lipset/Rokkan 1967;

Inglehart 1989; Imbusch/Rucht 2005: 64-65). Im Verlauf der Codiererschulung wurden die Beschreibungen der acht Konfliktlinien weiter verfeinert und validiert (Vliegthart 2012: 489; Wirth/Kolb 2012: 476-478).

Im Rahmen der GWFK zeigten sich verschiedene Konfliktlinien zwischen politischen Eliten und dem Volk gerade auch über Ländergrenzen hinweg (Krüger 2013: 78; Groshek/Al-Rawi 2015; Pfetsch/Heft 2015: 49, Risse 2015a: 11-12). Dennoch können Konfliktlinien auch entlang nationaler und kultureller Grenzen verlaufen (Wessler et al. 2008: 15). Der Schwerpunkt der Konfliktlinien liegt jeweils auf unterschiedlichen Krisenaspekten und es lassen sich *immer zwei grobe, einander gegenüberstehende Positionen* ausmachen. Zu den acht Konfliktlinien zählen „Kapitalismus als richtige/falsche Wirtschaftsordnung (1)“, „Austeritäts- vs. Konjunkturpolitik (2)“, „Wirtschaftliche Ungleichheiten als Ursache der Krise: Industrie- vs. Schwellen-/Entwicklungsländer (3)“, „Wirtschaftliche Ungleichheiten als Ursache der Krise: nord- (Geberländer) vs. südeuropäische Länder (GIIPS) (4)“, „Abschaffung vs. Erhalt/Rettung der Gemeinschaftswährung (Euro) (5)“, „Solidarische Maßnahmen gg. die Eurokrise vs. nationale Maßnahmen/Verantwortung (6)“, „Mehr staatliche Regulierung vs. mehr Liberalismus als Lösung der Krise (7)“ und „Ursache der Finanzkrise in der Gier der Banken/Banker vs. fehlende Regulierung des Finanzmarktes (8)“.

Zunächst wurde *das Vorkommen einer Konfliktlinie* in dem einzelnen Posting codiert und anschließend spezifiziert, ob und wenn ja *welche Positionen* bezüglich der Konfliktlinie thematisiert wurden. Zusätzlich wurde in einer weiteren Variable erfasst, ob *Begründungen für die Positionen* angeführt werden. Mithilfe der Konfliktlinien lässt sich sowohl die inhaltliche Vielfalt in der Input-Phase als auch die Art der Themenbehandlung in der Throughput-Phase genauer beurteilen. Gruppen von Blogs, die gegensätzliche Positionen vertreten, können so besser herausgearbeitet werden. Im Gegensatz zu anderen Studien zu transnationaler Öffentlichkeit, wie beispielsweise Wessler et al. (2008), dienen die Themenvariablen im Rahmen dieser Arbeit nicht primär der Bewertung von Ähnlichkeit oder Homogenisierung von Diskursen, sondern in erster Linie der Ermittlung von Diskurskoalitionen (Kriesi/Grande 2004). Im Vordergrund der hiesigen Arbeit stehen die Akteure (Pfetsch/Adam/Eschner 2008).

Neben den Variablen zu Themensetzung und -behandlung enthält das Codebuch noch einen Großteil der klassischen von Wessler et al. (2008) aufgestellten *Vernetzungsindikatoren auf der Inhaltsebene*, mit denen sich die *Beobachtung des Regierens* und die *Diskursive Integration bzw. Vernetzung der Diskurse* messen lassen. Auf diese Weise werden die Ergeb-

nisse dieser Studie zumindest teilweise vergleichbar mit den Resultaten voriger Studien im Kontext traditioneller Massenmedien wie es für die komparative Forschung vermehrt gefordert wird (Hanitzsch/Esser 2012: 510). Erstens werden die erwähnten Institutionen und Organisationen (Beobachtung des Regierens) im Posting erfasst und auf einer Skala von national bis supranational eingeordnet. Zusätzlich werden noch die erwähnten Nationen (Diskursive Integration bzw. Vernetzung) wieder mithilfe der Nationenliste codiert. Für jede dieser Variablen wurden aus forschungspragmatischen Gründen wiederum nur die drei zuerst genannten Institutionen bzw. Organisationen und Nationen erfasst. Diese Vernetzungsindikatoren dienen zum einen der Vergleichbarkeit mit Vorgängerstudien im Kontext traditioneller Medienberichterstattung und zum anderen geben sie differenziert Auskunft über die inhaltliche Vielfalt sowie das Ausmaß der Partizipation und Inklusion von Zentrum- und Peripherie-Strukturen auf der Inhaltsebene.

Als letzte inhaltsbezogene Variable wurde noch der *Bezug zur klassischen Medienberichterstattung* überprüft, also inwiefern in den einzelnen Postings auf Beiträge in Print- oder Rundfunkmedien Bezug genommen wurde. Dazu zählten auch Internetableger von traditionellen Medienmarken. Außerdem wurde die Art der Bezugnahme von Kritik über neutral bis Lob festgehalten. Mit dieser Variable soll vor allem der Besonderheit der Internetöffentlichkeit als einer Art Metadiskurs zur klassischen Öffentlichkeit Rechnung getragen werden, zumal gerade auch die Blogosphäre berühmt für derartige Metadiskurse ist (Kapitel 3.4, 4.5 und 5.3.3).

Über diese inhaltlichen Angaben hinaus wurden noch verschiedene *sprecherbezogene Variablen* codiert. Nach der Erfassung der Gesamtanzahl erwähnter Sprecher im einzelnen Posting wurden analog zu den anderen Akteursvariablen wiederum *nur die drei erstgenannten Sprecher* berücksichtigt, für die im Folgenden nach Erfassung des Namens die oben bereits ausführlich beschriebenen Akteursvariablen codiert wurden. Die Sprecher mussten hierfür explizit durch den Verfasser des Postings als solche kenntlich gemacht werden, wobei nicht zwischen direkten und indirekten Zitaten differenziert wurde. Die namentliche Erwähnung eines Sprechers war folglich nicht ausreichend, sondern er musste in Verbindung mit einer Aussage gebracht werden. Es wurde jeweils nur die erste Sprecherebene codiert. Zitierte Sprecher in Zitaten blieben demnach unberücksichtigt. Zusätzlich zu den bereits bekannten Variablen wurde noch codiert, ob der zitierte Sprecher jeweils *durch den Verfasser des Postings bewertet* wurde. Hier kam wieder die oben bereits beschriebene fünfstufige Bewertungsskala zum Einsatz. Auf der Grundlage der sprecherbezogenen Variablen können symbolische Netzwerke nachgebildet und ihre Eigenschaften genauer beschrieben

werden. Mit ihrer Hilfe lassen sich Aussagen über die Inklusivität derartiger Netzwerke in der Input-Phase treffen. Sie zeigen, ob lediglich zentrale, elitäre Akteure zitiert werden, oder auch auf Aussagen peripherer Akteure verwiesen wird. Das gleiche gilt für journalistische Experten und Laien.

Den letzten Abschnitt des Codebuchs bilden *linkbezogene Variablen*. Mit Links sind in diesem Fall ausschließlich externe Links gemeint, also Links die aus dem Posting bzw. Ursprungsblog hinaus auf eine andere Website verweisen (Thelwall 2006; Koopmans/Zimmermann 2010: 175). Auch diesbezüglich wird zunächst die Anzahl aller Links im Posting codiert, während anschließend wieder aus forschungspragmatischen Gründen nur die ersten drei Links im Posting berücksichtigt wurden. Es werden also nur Verlinkungen aus den Postings heraus berücksichtigt und nicht die aus den verschiedenen Blogrolls (Bucher/Büffel 2006: 139). Für diese drei Linkziele wurden jeweils die URL und der Name der verlinkten Domain codiert. Mehrfachlinks auf dasselbe Linkziel innerhalb eines Postings wurden erfasst, um zumindest ansatzweise die Stärke von Verbindungen zwischen Internetseiten ermitteln zu können. Anschließend wird auch bezüglich der Links eine fünfstufige Bewertung verschlüsselt. Wichtig war darauf zu achten, dass sich die im Posting enthaltene Bewertung auf den verlinkten Inhalt oder die verlinkte Quelle und nicht die Verlinkung selbst beziehen musste, um codiert werden zu dürfen. Zu diesem Zweck musste das Linkziel aufgerufen und gegebenenfalls die dahinterliegende Hauptseite der Domain angeklickt werden.

Auf der Basis *der verlinkten Website* wurde weiterhin ihr thematischer Schwerpunkt anhand von Kategorien codiert, die sich grob an den in der Journalismusforschung üblichen Ressortbeschreibungen orientieren (z. B. Wirtschaft und Finanzen, Politik/Wahlkampf/Parteien, Sport etc.) (Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2009c: 217). Zusätzlich wurde noch die Art des verlinkten Internetangebots verschlüsselt. Hier wurde primär festgestellt, ob es sich bei dem Linkziel um einen anderen WiFi-Blog des Samples handelte, oder zumindest um einen anderen WiFi-Blog oder einen anderweitigen Themenblog. Als weitere Linkzielarten werden Internetableger einer Nachrichtenagentur, einer Tages- oder Wochenzeitung, einer Zeitschrift, eines TV-Senders, eines Radiosenders sowie Nur-Internetangebote (z. B. Nachrichtenaggregatoren, -plattformen), Videoplattformen, soziale Netzwerke, Microblogging-Dienste, Online-Enzyklopädien oder sonstigen Angeboten differenziert. Auf diese Weise können zusätzliche Aussagen über das Verhältnis von traditionellen Massenmedien und internetspezifischen Angeboten im Kontext der Internetöffentlichkeit getroffen werden.

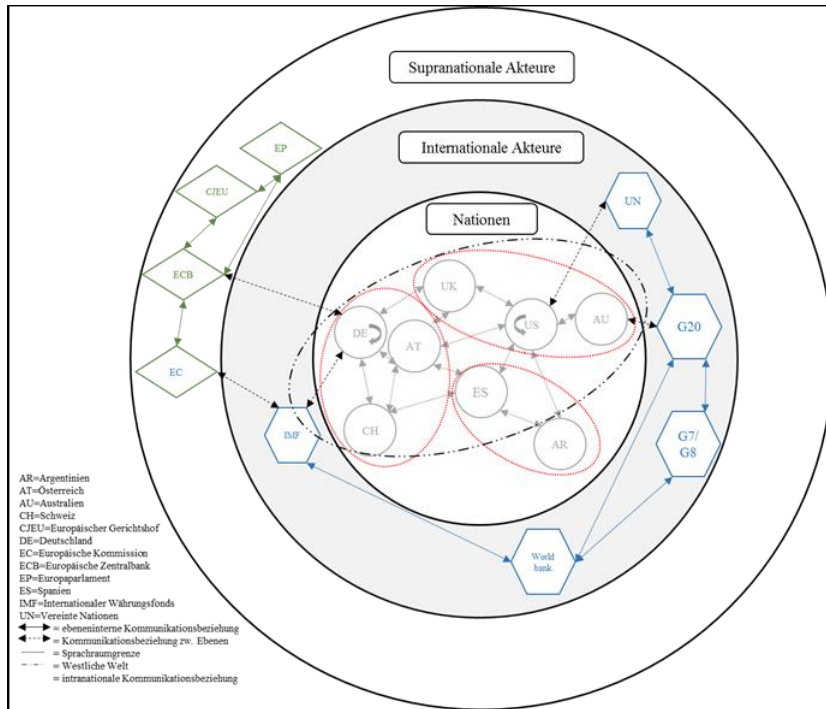
Darüber hinaus wird *die dominierende Sprache des Linkziels* festgestellt. In Anlehnung an die Studie von Hale (2012) wird direkt codiert, ob es sich ausgehend von dem Ursprungsposting um eine intra- oder eine interlinguale Verlinkung handelt. Für den Fall, dass es sich um eine interlinguale Verlinkung handelt, wurde noch näher zwischen Übersetzung, Zitat, Inklusion (i. S. v. unübersetzte Übernahme eines fremden Textes) oder sonstigem Verweis spezifiziert. Auf diese Weise wird die Multidimensionalität der Linkbeziehungen zumindest annähernd berücksichtigt (Ikeda/Yasuda 2015: 1506). Analog zu den sprecherbezogenen Variablen können mithilfe der linkbezogenen Variablen *symbolische Netzwerke* nachvollzogen werden, die verschiedene Grade der Inklusion zentraler bzw. peripherer Akteure offenbaren.¹³²

Zusätzlich zu den bislang aufgeführten Variablen enthielt das Codebuch noch Angaben zu der Untersuchungsanlage, dem Ziel der Studie, Definitionen zu den Untersuchungs- und Analyseeinheiten, der Stichprobe und Angaben zur Codierung und Dateneingabe (Rössler 2010: 22). Auf der Basis der beschriebenen Variablen lassen sich *verschiedene Richtungen und Dimensionen transnationaler Entgrenzung* nachvollziehen. Auf *verschiedenen Kommunikator-, Inhalts- und Verweisebenen* wird die *Sprachraumzugehörigkeit und Nationalität* von Entitäten sowie die *Art der Kommunikationsbeziehungen* zwischen ihnen erfasst, die in Form von Netzwerken dargestellt werden können (Höflich 1992: 316).

Neben der exakten nationalen Zugehörigkeit werden genannte Institutionen bzw. Organisationen und Kollektive in Anlehnung an das methodische Vorgehen des Europub-Projektes (Koopmans/Statham 2010a: 39) anhand der Dreiteilung national, international und supranational verschiedenen Ebenen zugeordnet, ohne sich jedoch nur auf die Analyse von Claims zu konzentrieren. Wie in Abbildung 2 dargestellt, lassen sich auf dieser Grundlage mithilfe der Netzwerke *verschiedene Formen der jeweiligen Grenzeinhaltung oder transnationalen Grenzüberschreitung* ermitteln.

¹³² Derartige Hyperlinkanalysen basieren dabei einerseits auf der Annahme, dass Verlinkungen eine bewusste, zweckgerichtete Handlung des Akteurs darstellen und nicht willkürlich oder aus einer spontanen Laune heraus erfolgen (Koopmans/Zimmermann 2010: 175). Und andererseits, dass die Gesamtstruktur von Hyperlinks insgesamt soziale und kulturelle Strukturen reflektiert (Halavais 2008: 39; Garrido/Halavais 2003). In diesem Sinne besitzen Links eine bestimmte soziale Bedeutung (De Maeyer 2012: 739), ohne dass diese universell sei (De Maeyer 2012: 747).

Abb. 2: Verschiedene Ebenene der Akteure und Verbindungsarten zwischen ihnen



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Koopmans/Statham (2010a: 39).

Die verschiedenen Ebenen beziehen sich jeweils auf unterschiedliche politische Sphären und Regierungsstrukturen. Auf diese Weise lässt sich *die Komplexität und Mehrdimensionalität transnationaler Kommunikationsbeziehungen annähernd abbilden* und analysieren. Denn wie Wessler et al. (2008: 21) schlussfolgern, erfährt transnationale Öffentlichkeit verschiedene mögliche sozialräumliche Ausdehnungen entlang unterschiedlicher Dimensionen. Insgesamt ist ein sehr umfangreiches Codebuch entstanden und angewendet worden, das allerdings in dieser Form notwendig war um die vielfältigen Strukturen transnationaler Öffentlichkeit im Internet adäquat zu erfassen und somit die Forschungsfragen beantworten zu können.

7.2.3 Durchführung der Erhebung

Nach der Erstellung des Erhebungsinstruments wurde es durch die Projektleitung im Vorfeld der Codierung intensiv an Ausschnitten von vergleichbarem Untersuchungsmaterial getestet.

Die eigentliche Codierung wurde durch die Projektleitung (Codiererin Nr. 3) und zwei weitere studentische *Codiererinnen* vorgenommen, die im Vorfeld sorgfältig im Hinblick auf konkrete Voraussetzungen *rekrutiert* worden waren. Zum einen sollten sie jeweils zumindest annähernd muttersprachliche Kompetenzen im Deutschen und in einer der beiden Fremdsprachen Englisch oder Spanisch besitzen und zum anderen einen vergleichbaren Erfahrungsschatz hinsichtlich der Methode der Inhaltsanalyse sowie möglichst ähnliche Kenntnisse über den Diskurs der GWFK mitbringen. Im Rahmen dieser Arbeit wurde also *eine Kombination aus projekt- und mehrsprachigem Vorgehen* angewendet.¹³³ Deutsch wurde als Projektsprache gewählt, in der das Codebuch verfasst war, die Codiererschulung durchgeführt wurde und sich die Codiererinnen austauschten. Die eigentliche Codierung erfolgte dann von der Projektleitung in allen drei Sprachen und von den Codiererinnen jeweils in ihrer Muttersprache deutsch und der zumindest annähernd muttersprachlich beherrschten Fremdsprache. Ein ideal mehrsprachiges Vorgehen hätte erfordert, dass alle Codiererinnen in allen drei Sprachen verschlüsseln (Lauf/Peter 2001), was aufgrund der hohen Anforderungen hinsichtlich der *Sprachkompetenz* an die Codiererinnen nicht möglich war. Allerdings stellt die hier vertretene Kombination die größtmögliche Annäherung an das von Lauf und Peter (2001; 2002) favorisierte

¹³³ Lauf und Peter (2001: 205) unterscheiden drei Varianten der komparativen Inhaltsanalyse: Neben einem rein „*muttersprachigen Vorgehen*“ mit bedingter Vergleichbarkeit nationaler Einzelergebnisse gibt es das „*projektsprachige*“ sowie „*mehrsprachige Vorgehen*“. Die projektsprachige Variante basiert auf einer gemeinsamen Projektsprache, die von allen Codierern in hinreichendem Ausmaß beherrscht wird. Die Instrumente und Schulungen sind dann in der Projektsprache gehalten. Anschließend bearbeitet aber jeder Codierer ausschließlich Material in seiner jeweiligen Muttersprache. Bei der mehrsprachigen Variante wird ebenfalls eine gemeinsame Projektsprache festgelegt, in der das Codebuch verfasst wird. Geschult wird allerdings an Material in der Projektsprache und an Material in allen weiteren beteiligten Sprachen und auch im Rahmen der eigentlichen Codierung analysieren die Codierer Material in allen Sprachen. Diese aufwendigste aller drei Vorgehensweisen ermöglicht die beste Datenqualität und gleicht Codiererbiases aus. Sie erfordert aber intensive Sprachkenntnisse aufseiten der Codierer, sodass es unrealistisch ist, sie für mehr als drei Sprachen umzusetzen (Rössler 2008: 423).

mehrsprachige Vorgehen dar und übertrifft den Standard komparativer Inhaltsanalysen, in denen überwiegend ein rein projektsprachiges Vorgehen angewendet wird (Hanitzsch/Esser 2012: 506-507; Livingstone 2012: 417).

Die zwei studentischen Codiererinnen brachten vielfältige und wertvolle Voraussetzungen mit: Codiererin Nr. 1 ist eine (ehemalige) Bachelor- und Master-Studierende der Kommunikations- und Politikwissenschaft.¹³⁴ Aus einem multinationalen Elternhaus stammend, spricht sie Deutsch und Englisch jeweils auf muttersprachlichem Niveau. Für die spanischsprachigen Postings war Codiererin Nr. 2 zuständig, (ehemalige) Master-Studierende der Soziologie und Wirtschaftswissenschaften. Aufgrund mehrjähriger Auslandsaufenthalte in Spanien und Südamerika spricht sie Deutsch auf einem muttersprachlichen und Spanisch auf einem annähernd muttersprachlichen Niveau. Hinsichtlich der Sprachkompetenzen konnte also eine hohe Qualität der Codierung gewährleistet und Übersetzungsverluste möglichst geringgehalten werden.

In Bezug auf die *methodischen und wirtschaftlichen Vorkenntnisse* wichen die Codiererinnen dagegen etwas voneinander ab. Codiererin Nr. 1 mit einem kommunikationswissenschaftlichen Hintergrund zeigte bessere Übereinstimmungswerte mit der Projektleitung hinsichtlich blogspezifischer Variablen, wobei vermutlich ihre intensiveren Vorkenntnisse über neue Medienformate eine Rolle spielten. Auch in Bezug auf die Akteursvariablen stimmten ihre Verschlüsselungen stärker überein vermutlich, weil ihr die herkömmlichen Kategorien der Öffentlichkeits- und Journalismusforschung geläufiger waren. Codiererin Nr. 2 erzielte dagegen, vermutlich aufgrund größerer wirtschaftswissenschaftlicher Vorkenntnisse und Vertrautheit mit dem Diskurs zur GWFK, höhere Reliabilitätswerte bei den inhaltlichen Variablen. Diese Abweichungen ließen sich aber durch intensive Diskussionen im Verlauf der Codierung gut ausgleichen und bis zu einem gewissen Ausmaß ist letztendlich jede Codierung von der Persönlichkeit, den Vorkenntnissen, dem Interesse und der Stimmung der einzelnen Codierer abhängig (Rössler 2010: 23).

Im Juni 2014 fand die *Codiererschulung* statt, die aus einer anfänglichen intensiven dreitägigen Blockveranstaltung bestand, an der alle drei Codiererinnen teilnahmen, gefolgt von mehreren Einzelbesprechungen der Codiererinnen mit der Projektleitung. Bei komparativen Inhaltsanalysen ist auch der Schulungsaufwand stark erhöht (Rössler 2012: 462-463). Den drei

¹³⁴ Ganz herzlicher Dank gebührt an dieser Stelle den beiden Codiererinnen H. Knox und D. Kostimpas für ihren außerordentlichen Einsatz. Ohne sie wäre die aufwendige Analyse nicht in dieser anspruchsvollen Form umsetzbar gewesen.

Codiererinnen stand für den Austausch ein Diskussionsforum zur Verfügung, dass die Codiererschulung und die eigentliche Codierung begleitete und in dem Schwierigkeiten und unklare Fälle intensiv diskutiert wurden (Wessler et al. 2008: 204-205). Auf diese Weise konnten Konstrukte und Items über die verschiedenen kulturellen und nationalen Grenzen hinweg validiert werden, da jede Codiererin spezielle Auslandserfahrungen und Sprachkenntnisse mit in die Diskussionen einbrachte (Wirth/Kolb 2012: 477). Insgesamt erstreckte sich die Schulung über einen Zeitraum von vier Wochen und ging fließend in die Phase der Reliabilitätstests über.

Im Anschluss an die Codiererschulung wurden in dem Zeitraum von August bis September 2014 verschiedene *Reliabilitätstests* mit unterschiedlichen Funktionen durchgeführt. Tabelle 4 gibt einen groben Überblick über die aggregierten Werte nach übergeordneten Codebuchbereichen angeordnet. Zuerst wurde separat die *Identifikationsreliabilität in allen drei Sprachen* getestet. Zu diesem Zweck wurden von jeder Codiererin 200 zufällig ausgewählte deutsche Postings verschlüsselt und je 150 englische bzw. spanische Postings von der Projektleitung und jeweils einer der beiden Codierinnen.¹³⁵ Alle Postings, die für die Reliabilitätstests verwendet wurden, stammten von Blogs des Samples, allerdings aus einem dem Untersuchungszeitraum vorgelagerten Zeitraum im Mai 2012 (Kapitel 7.1.4). Die Reliabilitätswerte zeigen, dass das Zugriffskriterium geringfügig besser für den deutschsprachigen Teil des Samples funktionierte als für den englisch- oder spanischsprachigen Teil.¹³⁶ Nachdem hier aber insgesamt mit Werten über durchschnittlich 0,89 nach Holsti bzw. einem Fleiss' Kappa von 0,75 gute Ergebnisse erzielt wurden, die sich mit den Werten von Vorgängerstudien vergleichen ließen (Wessler et al. 2008: 204-205), konnte das restliche

¹³⁵ Für die Durchführung von Reliabilitätstests ist der Materialumfang entscheidend. Für jede Kategorie sollte eine ausreichende Anzahl von Testcodierungen ermöglicht werden. Die Empfehlungen hinsichtlich des zu testenden Umfangs variieren erheblich. In Anlehnung an Früh (2007: 189) und Neuendorf (2002: 159) empfiehlt Rössler (2010: 203) ein Minimum von 30 bis 50 Codierungen je Variable und nennt als Ideal 200 bis 300 Codierungen, was allerdings so gut wie nie realisiert würde. Andere empfehlen zehn Prozent des eigentlich zu codierenden Materials (Lombard/Snyder-Duch/Bracken 2002). Die in dieser Arbeit vorgenommene Auswahl übertrifft dabei die Mindestanzahl geforderter Codierungen.

¹³⁶ Reliabilitätswerte, die sich auf unterschiedliche Codiererszahlen beziehen können nur bedingt miteinander verglichen werden (Kolb 2004; Grouven/Bender/Ziegler/Lange 2007: 67). In diesem Fall ist der Unterschied von zwei zu drei Codierern allerdings nicht besonders groß und anderweitig wäre im Rahmen dieser Arbeit keine Beurteilung der Konstrukt- und Itemäquivalenz möglich.

Codebuch getestet werden.¹³⁷ Zunächst wurde die *Intercoder-Reliabilität* über alle drei Codiererinnen hinweg in *deutscher Sprache* anhand einer Auswahl von 70 Postings überprüft.¹³⁸ Auf diese Weise konnten etwaige Abweichungen der Codiererinnen ermittelt werden, wobei jeweils die paarweisen Vergleiche mit der Projektleitung gleichzeitig eine Form von *Forscher-Codierer-Reliabilität* darstellen, mit deren Hilfe sich Aussagen über die Validität des Codebuchs treffen lassen. Einige Variablen erzielten in dem ersten Test noch keine zufriedenstellenden Ergebnisse. Hier wurden Definitionen und Beispiele verfeinert bzw. ergänzt, die Variablen noch einmal intensiv besprochen und der Test wiederholt. Im Anschluss daran wurden analog zu dem deutschsprachigen Test jeweils anhand von 50 Postings parallel die *englisch- und spanischsprachigen Postings* im Hinblick auf die Intercoder-Reliabilität getestet. Hier konnten jeweils nur paarweise Vergleiche zwischen der Projektleitung und einer der beiden Codiererinnen gerechnet werden. Dadurch waren hier jeweils Intercoder- und Forscher-Codierer-Reliabilitätstest deckungsgleich. In einigen Fällen erwies es sich als äußerst schwierig, die verschiedenen möglichen Ausprägungen in dem Testmaterial abzudecken, da viele abgefragte Merkmale im Internet nicht normalverteilt sind und vereinzelt nur selten vorkommen.

¹³⁷ Allgemein gültige Standardschwellenwerte für Reliabilitätskoeffizienten existieren nicht und machen wenig Sinn, da bei der Beurteilung der Werte immer die Komplexität der geprüften Variablen berücksichtigt werden muss (Früh 2001: 181; Kolb 2004: 340; Rössler 2010: 200, 204-205). Bei inhaltlichen und wertenden Variablen sowie Variablen mit vielen Ausprägungen sind u. U. auch niedrigere Schwellenwerte akzeptabel. Im Rahmen dieser Arbeit wurden die Koeffizienten entlang der folgenden Schwellen eingeordnet: sehr gute Übereinstimmung: Holsti >0,90, Cohen's Kappa >0,81, gute Übereinstimmung: Holsti >0,80, Cohen's Kappa >0,61, moderate Übereinstimmung: Holsti >0,70, Cohen's Kappa >0,41, leichte Übereinstimmung: Holsti >0,60, Cohen's Kappa >0,21, schwache Übereinstimmung: Holsti 0-0,50, Cohen's Kappa <0,20 (Grouven/Bender/Ziegler/Lange 2007: 66; Neuendorf 2002: 143; Rössler 2010: 204-205).

¹³⁸ Bei der Zusammenstellung des Testmaterials handelt es sich ursprünglich um eine Zufallsauswahl, aus der dann wiederum bewusste Postings ausgewählt wurden, um alle Variablen des Codebuchs adäquat testen zu können. Zunächst wurde aus den ebenfalls gespeicherten Postings des Samples für Mai 2012 zufällig 400 deutsche, 700 englische und 700 spanische Postings ausgewählt und von der Projektleitung hinsichtlich des Zugriffskriteriums überprüft. Aus dieser Auswahl wurden dann wiederum zufällig die Postings für den Test der Identifikationsreliabilität gezogen. Aus denjenigen der 400 bzw. je 700 Postings, die das Zugriffskriterium erfüllten (deutsch: n=221, 55%, englisch: n=53, 8%, spanisch: n=90, 13%), wurden dann wiederum 70 bzw. je 50 Postings ausgewählt, die das Codebuch möglichst umfassend abdeckten.

Tab. 4: Ergebnisse der verschiedenen Reliabilitätstests (aggregiert nach Variablengruppen)

		Deutsch		Englisch		Spanisch		Sprachübergreifend	
		Holsti	Cohen's/ Fleiss' Kappa	Holsti	Cohen's/ Fleiss' Kappa	Holsti	Cohen's/ Fleiss' Kappa	Holsti	Cohen's/ Fleiss' Kappa
		0,89	0,86	0,95	0,77	0,95	0,77	0,93	0,8
Blogvariablen		0,83	0,61	0,94	0,84	0,89	0,76	0,88	0,73
Verfasservariablen		0,92	0,86	0,93	0,85	0,97	0,89	0,94	0,87
Inhaltsbezogene Variablen	nicht aggregiert	0,79	0,63	0,82	0,65	0,86	0,69	0,82	0,66
	aggregiert	0,8	0,64	0,85	0,7	0,92	0,79	0,86	0,71
Themenvariablen	nicht aggregiert	0,78	0,68	0,84	0,68	0,74	0,53	0,79	0,63
	aggregiert (nur Hauptthema)	0,68	0,61	0,95	0,86	0,77	0,6	0,8	0,69

Konfliktlinien	nicht aggregiert	0,76	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,82	0,64
	aggregiert	0,79	0,62	0,83	0,69	0,93	0,8	0,85	0,7
Indikatoren für Transnationalität		0,81	0,67	0,82	0,64	0,83	0,7	0,82	0,67
Sprecherbezogene Variablen		0,87	0,72	0,77	0,61	0,75	0,54	0,8	0,63
Linkbezogene Variablen		0,89	0,73	0,98	0,96	0,96	0,92	0,95	0,87
Akteursvariablen aggregiert		0,87	0,7	0,88	0,77	0,87	0,74	0,87	0,74
Akteure Nationalität (inkl. Linkziel)		0,85	0,69	0,88	0,79	0,9	0,8	0,87	0,76

**Für Variablen die jeweils, für die ersten drei Fälle codiert wurden, wird hier jeweils der Mittelwert aus den drei Testcodierungen angegeben.*

***Die ursprünglich fünfstufigen Skalen wurden für den Reliabilitätstest auf drei Stufen verdichtet.*

So enthielt das Testmaterial beispielsweise zunächst nur eine weibliche Bloggerin, was die Überprüfung der Variable zur Erfassung des Geschlechts des jeweiligen Bloggers erheblich erschwerte.

Tabelle 4 gibt einen Überblick über die verschiedenen Reliabilitätstests und -werte, die im Vorfeld zur *Sicherung der Güte der Codierung* durchgeführt wurden. Das gründliche Vorgehen im Rahmen dieser Studie geht dabei weit über das gängige Prozedere komparativer Inhaltsanalysen hinaus und erfüllt somit häufig formulierte Forderungen. Der ausgedehnte Zeitraum von zwei Monaten für die Codiererschulung und -testung deckt sich mit den Erfahrungen anderer komparativer Inhaltsanalysen zu transnationaler Öffentlichkeit, wobei sie bei doppelter Codiereranzahl nicht in allen Analyse Sprachen testen konnten (Wessler et al. 2008: 204-205).

Insgesamt stehen für nominalskalierte Variablen über 30 verschiedene *Reliabilitätskoeffizienten* zur Auswahl (Herbers/Friedemann 2010: 253). Neben den paarweisen Übereinstimmungen und deren Mittelwerten nach Holsti wurde mit Cohen's bzw. Fleiss' Kappa¹³⁹ im Rahmen dieser Arbeit auch noch ein Reliabilitätswert bestimmt, der für zufällige Übereinstimmungen korrigiert und nicht von der Anzahl der Codierer beeinflusst wird (Grouven/Bender/Ziegler/Lange 2007). Bei Fleiss' Kappa handelt es sich dabei um die Variante des Koeffizienten für mehr als zwei Codierer, die für die deutschsprachigen Verschlüsselungen zum Einsatz kam. Der paarweise Vergleich wurde zusätzlich herangezogen, um Abweichungen präzise auf einzelne Personen zurückführen zu können. Die Reliabilitätswerte wurden mithilfe des Programms PRAM 0.4.7 berechnet (Neuendorf o. J., 2002).¹⁴⁰

Insgesamt zeigten die *Reliabilitätstests* zufriedenstellende *Ergebnisse*. Sehr gut funktioniert haben die formalen und die linkbezogenen Variablen. Und auch die akteursbezogenen Variablen erzielten insgesamt gute Werte. Sie wurden größtenteils auf drei unterschiedlichen Ebenen erhoben, der

¹³⁹ Cohen's bzw. Fleiss' Kappa wurde aus Gründen der Vergleichbarkeit Krippendorff's Alpha vorgezogen, das mittlerweile in englischsprachigen Publikationen der Kommunikationswissenschaft dominiert (Krippendorff 2004). Wessler et al. (2008) greifen in ihrer Studie zu transnationaler Öffentlichkeit in traditionellen Massenmedien ebenfalls auf Cohen's bzw. Fleiss' Kappa zurück. Michailidou, Trenz und de Wilde (2014: 95-96) verwenden ebenfalls diesen Koeffizienten. So können die Reliabilitätswerte zumindest für die in diesen Studien verwendeten Indikatoren für Transnationalität verglichen werden.

¹⁴⁰ Bei PRAM 0.4.7 handelt es sich um ein älteres Programm zur Berechnung von Reliabilitätswerten, das allerdings vielfach in der Literatur empfohlen wird (Kolb 2004) und in vielen Studien bereits erprobt wurde (z. B. Wessler et al. 2008). Es berechnet automatisch verschiedene Reliabilitätswerte wie Holsti's Prozentübereinstimmungen, Cohen's/Fleiss' Kappa und Krippendorff's Alpha (Neuendorf o. J., 2002).

Ebene des Herausgebers des Blogs, des Verfassers des Postings und der ersten drei zitierten Sprecher, wobei der Reliabilitätstest für den Verfasser des Postings die besten Werte anzeigte. Auf Blogger und Sprecherebene kamen noch Identifikationsprobleme hinzu. Sehr wichtig war auch, dass gute Werte hinsichtlich der Nationalitätszugehörigkeit der einzelnen Akteure erreicht werden konnten. Insgesamt wurden die Akteursvariablen ganz besonders sorgfältig bereinigt und alle von den Codiererinnen vergebenen Codes durch die Projektleitung überprüft. Zusätzlich ließen sich etwaige Abweichungen zwischen den Codiererinnen hinsichtlich der Akteursvariablen durch die Kombination mit der Netzwerkanalyse ausgleichen. Um die Daten netzwerkanalytisch auswerten und darstellen zu können mussten *vereinheitlichte Akteurslisten* über die Verschlüsselungen aller drei Codiererinnen hinweg erstellt werden, wodurch die Projektleitung für mehrfach codierte Akteure im Fall abweichender Codes eine abschließende Entscheidung fällen musste.

Zu den problematischeren Variablen zählten erwartungsgemäß die inhaltsbezogenen Variablen. Die *Themenvariablen* mit ihren zahlreichen Ausprägungen erzielten nur moderate bis gerade gute Werte (Holsti 0,74-0,84; Cohen's/Fleiss' Kappa 0,53-0,68).¹⁴¹ Analog zur Forschungsliteratur werden moderate Werte für anspruchsvolle inhaltliche Variablen mit vielen und komplexen Ausprägungen im Rahmen dieser Arbeit als akzeptabel angesehen. In diesen Fällen werden Zufallsübereinstimmungen sehr unwahrscheinlich (Rössler 2010: 205) und die Werte von Cohen's bzw. Fleiss' Kappa verschlechtern sich dadurch automatisch (Grouven/Bender/Ziegler/Lange 2007: 66-67). Außerdem steht die thematische Einordnung nicht im Fokus der Auswertungen und im Rahmen anderer Studien wird ähnlich verfahren.

Abweichungen kamen darüber hinaus vor allem durch die Aufteilung des Beitragsthemas in *ein Haupt- und zwei Nebenthemen* zustande. Für die Auswertung, die überwiegend auf Blogebene erfolgt, wurde diese Aufteilung aufgehoben und ein Blog mehreren Themen gleichzeitig zugeordnet. Schwer zu codieren waren auch *die acht verschiedenen Konfliktlinien* und ihre Begründungen, die von den Codiererinnen eine noch höhere Abstraktionsebene erforderten. Dabei zeigten sich deutliche Unterschiede zwischen den Konfliktlinien. Während die Konfliktlinien 1 bis 3 sowie 7 und 8 (Kapitel 7.2.2) noch überwiegend gute Werte erreichten, wies der Reliabilitätstest für die Konfliktlinien 4 und 5 nur überwiegend moderate Ergebnisse aus. Für die sechste Konfliktlinie wurden sogar durchweg nur moderate

¹⁴¹ Wessler et al. (2008: 204-205) erzielten im Vergleich für ihre Themenvariable über acht Codierer hinweg ein durchschnittliches Fleiss' Kappa von 0,75.

Werte erzielt. Nach einer Dichotomisierung der komplexen Ausprägungen konnten die Reliabilitätswerte auf eine gute Basis gestellt werden. Hierfür wurde auf eine differenzierte Erfassung der verschiedenen Positionen hinsichtlich der einzelnen Konfliktlinien verzichtet und nur noch erfasst, ob eine Konfliktlinie in irgendeiner Form überhaupt erwähnt wurde. Analog konnten auch die Begründungen dichotomisiert werden.

Um die Codierung zusätzlich besser abzusichern wurden im Anschluss an die Reliabilitätstests noch weitere Beispiele ausführlich besprochen und während der eigentlichen Codierung strittige Fälle intensiv in dem Diskussionsforum diskutiert. Ähnlich wurde mit der ebenfalls schwer zu codierenden Variable der genannten Kollektive verfahren.¹⁴² Im Gegensatz zu den anderen Indikatoren für transnationale Öffentlichkeit konnten für diese Variable auch nur überwiegend moderate Werte erzielt werden. Probleme bereitete in erster Linie der nur schwer scharf abzugrenzende Begriff des Kollektivs. Auch hier wurde mit Beispielen und dem Forum eine Lösung erarbeitet.

Nimmt man die *Abweichungen zwischen den verschiedensprachigen Reliabilitätstests* in den Blick, zeigen sich nur bei einigen Variablen größere Unterschiede (>0,20). Ein Großteil der Abweichungen zeigte sich zwischen dem deutschsprachigen Reliabilitätstest und den beiden anderssprachigen Tests gleichermaßen. In all diesen Fällen verbesserten sich die Werte vom deutschen zu den beiden anderssprachigen Tests, wobei an dieser Stelle darauf hingewiesen werden muss, dass der englische und spanische Test zwar gleichzeitig, aber nach dem deutschen Test durchgeführt wurde. Die einheitlich positive Entwicklung der verschiedenen Variablen legt die Vermutung nahe, dass es sich bei diesen Abweichungen eher um *Schulungs- und Lerneffekte aufseiten der Codiererinnen* handelt, als um tatsächliche Sprachunterschiede bzw. kulturelle Abweichungen der Konstrukte. Eine ähnliche Argumentation kann auf Unterschiede angewendet werden, die sich lediglich zwischen dem deutschen und dem englischen sowie dem deutschen und dem spanischen Test zeigten. Da sich auch hier kein eindeutiges Muster bei den Variablen zeigt, könnte es sich eher um Schulungs- und Lerneffekte handeln.

¹⁴² Wessler et al. (2008: 204-205) machten bezüglich dieser Variablen ähnliche Erfahrungen: Genannte Kollektive 0,71, Wir-Referenzen 0,67 (Wessler et al. 2008: 204-205). Die wesentlich differenziertere Erfassung der kollektiven Identitäten in den beiden themenspezifischen Studien mit erzielten noch schlechtere Reliabilitätswerte (Wessler et al. 2008: 224-226).

Spannender sind folglich *Abweichungen zwischen dem englischen Test und dem deutschen und spanischen Test gleichermaßen* sowie *zwischen dem spanischen und dem deutschen und englischen Test*. In dem ersten Fall erzielte der englische Reliabilitätstest bessere Werte bei dem Hauptthemenschwerpunkt und seiner Bewertung, was ein Hinweis darauf sein könnte, dass die Themenvariable für den englischsprachigen Teil des Diskurses besser funktionierte, als für den deutsch- und spanischsprachigen Teil. Umgekehrt erzielte der spanische Test bessere Werte bei der Codierung der Konfliktlinie 7 (Mehr staatliche Regulierung vs. mehr Liberalismus als Lösung der Krise) als die deutsch- und englischsprachige Testcodierung. Eine Interpretation fällt hier schwer, zumal die anderen Konfliktlinien derartige Abweichungen nicht aufweisen. Eventuell wurde speziell die Debatte rund um eine stärkere staatliche Regulierung versus eine stärkere Liberalisierung der Wirtschaft als richtiger Lösungsweg aus der Krise im Rahmen des spanischen Diskurses eindeutiger geführt und konnte somit besser codiert werden als für den deutschen bzw. englischen Diskurs. Größere Unterschiede zwischen dem englischen und dem spanischen Test zeigten sich nur in Bezug auf die Begründung nicht aber die Identifizierung der Konfliktlinie 4 (Wirtschaftliche Ungleichheiten als Ursache der Krise: nord- (Geberländer) vs. südeuropäische Länder (GIIPS)). Auch hier erzielte der spanische Test bessere Werte, die sich allerdings nicht sinnvoll begründen lassen. Insgesamt halten sich die größeren Abweichungen zwischen den verschiedenen sprachigen Reliabilitätstests in einem noch vertretbaren Rahmen, sodass die *die Konstrukt- und Itemäquivalenz* der Erhebung als *ausreichend gewährleistet* angesehen werden kann.

Die eigentliche *Codierung* fand von Oktober 2014 bis einschließlich Februar 2015 statt. Das *Datenmaterial* wurde *zufällig und so gleichmäßig wie möglich* über die drei Codiererinnen verteilt, um auf diese Weise codiererbedingte Fehler zu streuen (Abb. 3). Die ideale gleichmäßige Verteilung konnte dabei nur auf der Ebene des Zugriffskriteriums gewährleistet werden, da allenfalls auf der Grundlage der Erfahrungen mit dem Testmaterial vorsichtig geschätzt werden konnte, wie viele der Postings letztendlich das Zugriffskriterium passieren würden.

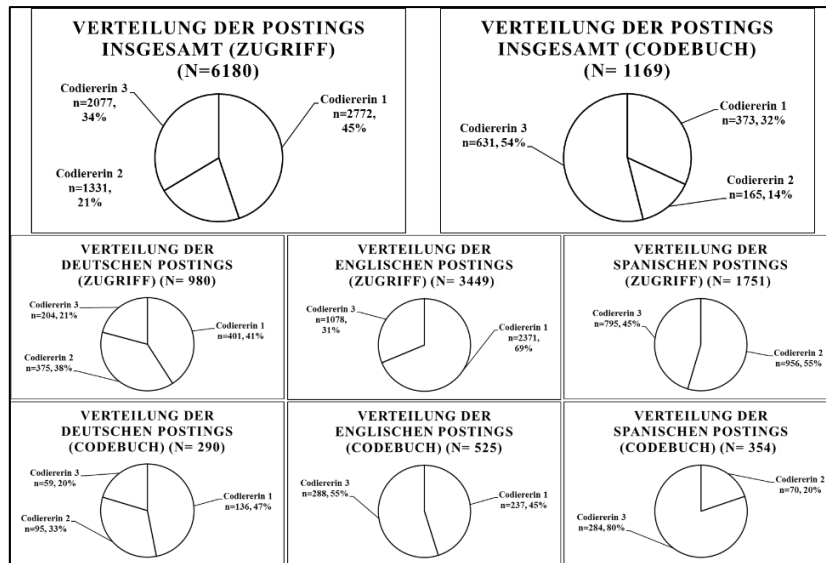
Im Anschluss an die Codierung mussten die codierten Dateien zusammengeführt, vereinheitlicht und intensiv bereinigt werden. Die *Bereinigung* bestand aus vielen verschiedenen Schritten. Zunächst wurde der Posting-Datensatz auf *Dubletten* geprüft und diese ausgeschlossen. Als Dublette galt ein Posting nur dann, wenn es sowohl denselben Permalink und dasselbe Veröffentlichungsdatum wie ein anderer Beitrag besaß. Das impliziert zumeist, dass die beiden Postings auf dem gleichen Blog publiziert wurden.

Im Anschluss daran wurden grundlegend diejenigen Postings und damit zusammenhängenden Blogs aussortiert, die *keinen Bezug zum Diskurs der GWFK (Zugriffskriterium)* besaßen, wobei *die als uneindeutig verschlüsselten Fälle alle einzeln durchgesehen* wurden und darüber hinaus *die Codierungen der Codiererinnen stichprobenartig überprüft* wurden. Anschließend wurde genauso mit *den grundlegenden Filtervariablen* Aufrufbarkeit, Medialität und dominierender Sprache des Postings verfahren. Postings und Blogs, die zum Zeitpunkt der Datensicherung bereits nicht mehr aufrufbar waren, keinen ausreichenden Text beinhalteten oder in einer anderen als den drei untersuchungsrelevanten Sprachen verfasst waren, wurden aus der Stichprobe ausgeschlossen (Kapitel 7.1.4).

Bezüglich der vollständig codierten Fälle wurde danach *die Vollständigkeit der Codierung, die Filterführung des Codebuchs* sowie möglicherweise *unzulässig vergebene Codes* überprüft. Auf diese Weise ließen sich wie für Inhaltsanalysen üblich (Rössler 2010: 188) zwar Flüchtigkeits- und Eingabefehler korrigieren, systematische Fehler können im Anschluss an die Codierung allerdings nicht mehr nachgewiesen werden. Ihnen kann nur durch eine möglichst zufällige Streuung des Untersuchungsmaterials über die einzelnen Codierer begegnet werden. Anschließend wurden die offen codierten Variablen durchgesehen und die Angaben vereinheitlicht. Bei den Indikatoren für Transnationalität betraf die Vereinheitlichung sowohl die konkrete Bezeichnung als auch die zugeordnete Ebene von Transnationalität. Außerdem wurde für jede derart offen erfasste Ausprägung eine eigene Variable mit einer binären Codierung, in welchen Postings sie vorkam, angelegt. Ähnlich wurde auch mit der Themenvariable verfahren.

Verschiedene Kategorien wie die Themenvariable und die Konfliktlinien mussten vor dem Hintergrund der Ergebnisse des Reliabilitätstests für eine sinnvolle Auswertung aggregiert werden. Die verschiedenen Themenausprägungen wurden zusätzlich auf den Hauptebenen zusammengefasst und die Konfliktlinien ungeachtet der jeweils vertretenen Position binarisiert. Es wurde somit nur noch berücksichtigt, ob eine Konfliktlinie in irgendeiner Form in einem Posting angesprochen wurde oder nicht. Zusätzlich wurden die fünfstufigen Bewertungskategorien jeweils auf drei Stufen zusammengefasst (Scheufele/Engelmann 2009: 167-169).

Abb. 3: Verteilung des Materials auf die einzelnen Codierinnen



Sehr aufwendig, aber als besonders notwendig, gestaltete sich *die Bereinigung der Akteursvariablen*, die nicht nur innerhalb einzelner Kategorien bereinigt, sondern über die verschiedenen Akteursebenen Blogger, Verfasser des Postings und zitierter Sprecher hinweg vereinheitlicht werden mussten. Parallel wurde *eine Akteursliste mit Attributen* angelegt, die besonders für die netzwerkanalytischen Auswertungen von Bedeutung ist. Analog wurde mit den verschiedenen, im Rahmen der Codierung erfassten Linkzielen verfahren. Auch diesbezüglich wurde *eine Gesamtliste mit Attributen der verlinkenden und verlinkten Websites* angelegt. Abschließend mussten alle Informationen, die auf der Ebene einzelner Postings codiert wurden, auf der Ebene der einzelnen Blogs aggregiert werden. Das betraf natürlich nur diejenigen Blogs, die im Untersuchungszeitraum mehr als ein diskursrelevantes Posting veröffentlicht hatten. Zu diesem Zweck wurden je nach Variable additive (z. B. Anzahl Postings) bzw. Mittelwertindizes (z. B. Anzahl zitierter Sprecher, Anzahl Links, Anzahl Nutzerkommentare) gebildet, auf die jeweils im Auswertungsteil dieser Arbeit näher eingegangen wird (Kapitel 8).

Insgesamt war *die aufwendige Datenbereinigung ein iterativer Prozess*, der mehrere Monate in Anspruch nahm, und auf den auch im Rahmen der Auswertung vereinzelt erneut zurückgegriffen werden musste, da einige Abweichungen erst im Zusammenhang mit der Netzwerkanalyse erkennbar wurden. Im Zusammenhang mit der Bereinigung mussten folglich immer zwei Auswertungsmethoden parallel im Blick behalten werden. Neben dem dadurch verursachten Mehraufwand fand auf diese Weise aber auch eine fruchtbare gegenseitige Kontrolle durch die Methodenkombination statt.

8 Empirische Befunde

Die folgenden Kapitel sollen nun *mithilfe der im Rahmen dieser Studie erhobenen Daten die übergeordnete Fragestellung sowie die spezifischen Forschungsfragen und Hypothesen beantworten*, wie transkulturell und -national integriert die Netzwerköffentlichkeit im Internet tatsächlich ist und wie diese Struktur erklärt werden kann.

Zu Beginn der Darstellung und Besprechung der Ergebnisse muss vorausgeschickt werden, dass es aufgrund fehlender Vorkenntnisse des Untersuchungsgegenstands unmöglich ist, die Repräsentativität der gezogenen Stichprobe zu beurteilen. Diese *Repräsentativitäts-Problematik* gilt für die meisten Blogstudien und auch für viele weitere Internet- und Social-Media-Formate (Kapitel 3.4). Daher können die Erkenntnisse dieser Studie nicht auf die Gesamtheit der deutsch-, englisch- und spanischsprachigen WiFi-Blogs bezogen werden, sondern besitzen *lediglich Aussagekraft für die untersuchte Stichprobe* (Kapitel 7.1.4).

Gerade aufgrund des Fehlens vergleichbarer Studien und Kenntnisse des Untersuchungsgegenstands sind die im Rahmen dieser Arbeit zusammengetragenen Ergebnisse aber von *einem hohen explorativen Wert* und liefern *wichtige Anhaltspunkte für die weitere transnationale Internetforschung*.

Die Ergebnisdarstellung orientiert sich im Folgenden an der Reihenfolge der in Kapitel 6 dargelegten Forschungsfragen und Hypothesen. Zunächst wird in Kapitel 8.1 die Stichprobe, auf die sich die Ergebnisse beziehen, anhand der deskriptiven Daten näher beschrieben. Neben der Bloggeebene, die bei der Analyse die Hauptrolle spielt, wird auch die Postinge Ebene in den Blick genommen. In Kapitel 8.2 folgt dann analog zu der Forschung zu transnationaler Öffentlichkeit im Rahmen von traditionellen Massenmedien die Analyse der Verwendung von Vernetzungsindikatoren durch die Blogger. Dabei liegt der Fokus auf den zwei von Wessler et al. (2008) identifizierten Dimensionen von Transnationalisierung, die primär auf Vernetzung abzielen (Beobachtung des Regierens und Diskursive Integration bzw. Vernetzung). Neben den bereits im Kontext traditioneller Massenmedien erprobten Indikatoren werden jeweils zusätzlich noch internetspezifische Indikatoren einbezogen.

Außerdem werden die rein inhaltsanalytischen Auswertungen in Kapitel 8.3 und 8.4 um netzwerkanalytische Ergebnisse ergänzt. Hier schließen die

Ergebnisse an den fragmentierten Forschungsstand der transnationalen Internetforschung an. Zunächst werden in Kapitel 8.3 sprachraumspezifische und nationale Sprecher- und Linknetzwerke miteinander verglichen. In dem folgenden Kapitel 8.4 werden schließlich die sprachraum- und nationenübergreifenden Gesamtnetzwerke beschrieben und jeweils Blogger identifiziert, die entscheidende Positionen in den Netzwerken einnehmen. Abschließend soll ihre herausragende Stellung durch individuelle Merkmale erklärt werden.

8.1 Deutsch-, englisch- und spanischsprachige Wirtschafts- und Finanzblogs: Deskriptive Befunde

In diesem Kapitel sollen mithilfe der deskriptiven Befunde aus der Inhaltsanalyse die Stichprobe der WiFi-Blogs näher beschrieben werden. Nähere Kenntnisse über diese Blogart, zumal im internationalen Vergleich, zu erhalten erfüllt bereits ein Forschungsdesiderat (Kapitel 5.3.3). Die Beschreibung der Stichprobe folgt den verschiedenen Analyseeinheiten (Blog, Posting, Sprecher und Linkziel) des Codebuchs. Dabei werden erste Unterschiede zwischen den Sprachräumen und ausgewählten Nationen herausgearbeitet. Ein besonderes Augenmerk liegt auf den Variablen, die für die nachfolgenden Analysen zur Beantwortung der Forschungsfragen eine erklärende Rolle spielen (Kapitel 8.2 bis 8.4).

Über die verschiedenen codierten Untersuchungseinheiten und insbesondere die unterschiedlichen Akteurskategorien hinweg lässt sich festhalten, dass vor allem Industrienationen im Zentrum des Blogdiskurses zur GWFK stehen und periphere Schwellen- oder Entwicklungsländer allenfalls eine marginale Rolle spielen. Auf diese Tatsache deutete bereits der noch lückenhafte Forschungsstand zur komparativen Blogforschung hin und sie untermauert die aufgestellten Forschungsfragen, die in den folgenden Kapiteln noch genauer beantwortet werden sollen.

8.1.1 Analyseeinheit: Blog

Aufgrund des offenen Auswahlverfahrens besteht das Sample von insgesamt 208 Blogs aus 60 (28,85%) deutsch-, 81 (38,94%) englisch- und 67 (32,21%) spanischsprachigen WiFi-Blogs (Kapitel 7.1.4). Jeweils knapp ein Viertel der Blogs sind US-amerikanischer, deutscher oder spanischer

Nationalität. Nur etwa elf Prozent der Blogs stammen aus Großbritannien und rund drei Prozent aus der Schweiz. Fünf Blogs des Samples sind per se international und jeweils zwei Blogs lassen sich den südamerikanischen Ländern Argentinien und Chile zuordnen. Aus acht weiteren Ländern stammt jeweils nur ein einziger Blog der Stichprobe.

Darunter sind mit Italien und Rumänien zwei Nationen, in denen die drei primären Untersuchungssprachen nicht die offizielle Landessprache sind. Lediglich drei der untersuchten WiFi-Blogs stammen aus Ländern, die nicht der OECD angehören, nämlich Paraguay, Rumänien und Sambia. Alle anderen 189 Blogs lassen sich ausnahmslos Industrieländern zuordnen. Bei sieben und somit rund der Hälfte der Nationen handelt es sich um EU-Mitgliedsländer. Außer Asien sind vier von fünf Kontinente vertreten (Anhang A3). Die nationale Zugehörigkeit der Blogs wurde in einem relativ aufwendigen Verfahren über die Herkunft der jeweils verantwortlichen Blogger bestimmt.¹⁴³

Die Tatsache, ob ein WiFi-Blog *in eine Medienmarke integriert* oder *unabhängig* ist, erlaubt Schlussfolgerungen über die Sichtbarkeit und die Ressourcen, die den Bloggern jeweils zur Verfügung stehen. Von den 208 Blogs ist mit 154 (74%) die überwiegende Mehrheit unabhängig und nur 54 (26%) firmieren unter einer Medien-Dachmarke. Dabei besteht ein signifikanter Zusammenhang¹⁴⁴ zwischen dem Finanzblogtyp und der Sprachraumzugehörigkeit eines Blogs. Die deutschsprachigen Blogs sind zu 90 Prozent unabhängig, im Gegensatz zu englisch- und spanischsprachigen Blogs mit nur rund 68 Prozent der Fälle. Auch die verschiedenen Nationen unterscheiden sich signifikant. Über 90 Prozent der deutschen Blogs sind unabhängig, während schweizerische genau wie spanische Blogs es nur in rund zwei Drittel der Fälle sind. US-amerikanische Blogs sind zu rund drei Vierteln unabhängig von einer Medienmarke. Auf britische Blogs trifft das

¹⁴³ Für jeden Blog wurde die Nationalität der drei zuerst im Impressum aufgeführten Blogger erfasst. Bei Blogs mit nur einem Herausgeber wurde dessen Nationalität auch für den Blog übernommen. Bei zwei oder drei Bloggern kamen weitere Regeln zum Tragen: Stimmten die verschiedenen Blogger hinsichtlich ihrer Nationalität überein, wurde diese auch dem Blog zugeordnet. Bei abweichenden Nationalitäten wurde zunächst die mehrheitlich codierte Nation übernommen und falls alle Blogger voneinander abwichen überwog die Nationalität des zuerst genannten Bloggers, der meist auch im Impressum als Hauptverantwortlicher genannt wird. Neben den eindeutigen nationalen Zugehörigkeiten befinden sich noch internationale Angebote im Sample (Anhang A6). In 16 Fällen konnte die Nation des Blogs nicht eindeutig bestimmt werden.

¹⁴⁴ In Bezug auf die Zusammenhangseffekte wurde der Einordnung nach Cohen (1992) gefolgt.

dagegen nur in rund 40 Prozent der Fälle zu. Sie sind mehrheitlich medienintegriert.

Als Maß für die Einbindung in den Kommunikationsmix im Internet wurde die *Verknüpfung mit anderen Social-Media-Angeboten* gemessen. Die überwältigende Mehrheit des Samples (n=188, 90,4%) verwendet Social-Media-Buttons und nur 20 (9,6%) zeigt keine entsprechende Verknüpfung. Die Verknüpfung ist nicht abhängig von der Sprachraumzugehörigkeit eines Blogs, seiner Nationalität, oder des Finanzblogtyps.

Transnationale Blogmerkmale weisen auf eine gewisse transnationale Ausrichtung und Orientierung des einzelnen Angebots hin. Das war in der Stichprobe eher die Ausnahme. Nur 47 (22,6%) der Blogs geben generell Auskunft über Nutzerstatistiken und nur 4 (1,9%) Blogs differenzieren ihre Nutzer nach verschiedenen Nationen. Lediglich 12 (5,8%) Blogs veröffentlichen ihr Angebot in mehr als einer Sprachversion und immerhin 55 (26,4%) Blogs weisen in ihrer inhaltlichen Gliederung transnationale Kategorien auf. Für weiterführende Analysen wurden die transnationalen Blogmerkmale in einem Summenindex zusammengefasst. Im Durchschnitt finden sich 0,34 transnationale Merkmale (SD=0,523) je Blog. Die Verwendung transnationaler Blogmerkmale unterscheidet sich nicht zwischen den Sprachräumen, den Nationalitäten oder den Finanzblogtypen.

Die WiFi-Blogs erzielten über den Untersuchungszeitraum hinweg ganz unterschiedliche Resonanz. Die *durchschnittliche Kommentaranzahl im Posting der einzelnen Blogs* folgt einer im Internet üblichen Power-Law-Verteilung. Im Durchschnitt erhielten die Blogs 15,98 Kommentare (SD=43,37) je Posting, wobei der Großteil der Blogs gar keine Resonanz für seine Postings erfährt. Der resonanzstärkste Blog, der Business Blog des Guardian, erhielt dagegen im Schnitt 407 Kommentare je Posting (Anhang A4). Insgesamt erzielen die medienintegrierten Blogs signifikant höhere durchschnittliche Kommentarzahlen als die unabhängigen Blogs (MW=11,27; Median=1,75), auch wenn der nur schwach ist. Das deckt sich mit den Ergebnissen voriger Blogstudien zumindest für Deutschland. Im Gegensatz zu der nationalen hat die Sprachraumzugehörigkeit der Blogs einen signifikanten Effekt auf die Resonanz der einzelnen Postings. Insbesondere die englischsprachigen Blogs (MW=26,57, SD=63,40) regen durchschnittlich mehr Kommentare an, sowohl als die deutsch- (MW=9,68, SD=22,51) als auch als die spanischsprachigen Blogs (MW=8,83, SD=18,66). Signifikant, aber mit kleinem Effekt unterscheiden sich aber lediglich die englisch- und die spanischsprachigen Blogs voneinander.

Akteure: Blogbetreiber/Blogger

Im Durchschnitt werden die WiFi-Blogs von 3,54 *Bloggern* betrieben (SD=13,478). Die Vorgehensweise, die weiterführenden Charakteristika nur für die ersten drei Blogger je Angebot zu codieren, erfasst also den überwiegenden Teil der Blogbetreiber.¹⁴⁵ Die Anzahl variiert dabei von einem bis hin zu 186 Bloggern, wobei der Großteil der Blogs von einer Einzelperson (n=257; 85,67%) geführt wird. Die Geschlechtsverteilung von 227 männlichen (88,33%) und nur 26 weiblichen (10,12%) Bloggern deckt sich ebenfalls mit vorherigen Forschungsergebnissen sowohl aus der Blogosphäre als auch aus dem Wirtschaftsbereich.

Der Anteil journalistischer Akteure¹⁴⁶ ist verhältnismäßig hoch (Anhang A5). Rund 30 Prozent der Blogbetreiber und sogar 56 Prozent der eigentlichen Autoren der codierten Postings können dieser Berufsgruppe zugeordnet werden. Unter den zitierten Sprechern finden sich immerhin noch 25 Prozent. Zwischen dem professionell-journalistischen Hintergrund und der Nationalität eines Bloggers besteht ein sehr signifikanter Zusammenhang. Während sich in Deutschland journalistische und nicht-journalistische Blogger ungefähr die Waage halten, sind die spanischen WiFi-Blogger zu über vier Fünfteln nicht-journalistisch. In der Schweiz und den USA stellen die Journalisten immerhin rund 30 bzw. 40 Prozent der Blogbetreiber. Genau umgekehrt stellt sich das Verhältnis in Großbritannien dar. Schwach, aber noch stark signifikant ist der Zusammenhang zwischen dem journalistischen Hintergrund der Blogger und ihrer Sprachraumzugehörigkeit. Englischsprachige Blogger verteilen sich verhältnismäßig ausgeglichen über journalistische und nicht-journalistische Akteure. Deutsch- und anderssprachige Blogger bestehen zu 30 bis 40 Prozent aus Journalisten. Spanischsprachige WiFi-Blogger dagegen haben in über 80 Prozent der Fälle keinen journalistischen Hintergrund.

Unter den nicht-journalistischen Akteuren dominieren mit über einem Viertel wissenschaftliche Akteure und Wirtschaftsfachleute wie beispielsweise Börsenmakler und Finanzmarktanalysten. Hier bestätigt die im Rah-

¹⁴⁵ Insgesamt werden im Rahmen der Codierung 732 Blogbetreiber gezählt, wovon für 300 Blogger weiterführend codiert wurde (40,98 Prozent). Die Bloggeranzahl ist allerdings über die verschiedenen Blogs nicht normalverteilt, sondern folgt ebenfalls einer Power-Law-Struktur (KS=0,425, df=207, p<0,000). Nur 37 (17,87%) der 207 Blogs werden von mehr als drei Bloggern geführt.

¹⁴⁶ Als journalistischer Akteur gilt, wer sich in der auf dem Blog veröffentlichten Selbstbeschreibung eindeutig als Journalist bezeichnet, Auskunft über eine professionell-journalistische Ausbildung oder eine (vergangene) journalistische Tätigkeit gibt.

men dieser Arbeit gezogene Stichprobe nationen- und sprachraumübergreifend die anglophon dominierte bisherige Forschung zu WiFi-Blogs. Aggregiert bilden wirtschaftliche Akteure mit rund einem Fünftel der Blogger die zweitstärkste Fraktion. Differenziert man diese Gruppe weiter, bloggen in dieser Gruppe vor allem Repräsentanten von Unternehmen und Konzernen, gefolgt von Börsenmaklern und Finanzmarktanalysten. Banker sind stark unterrepräsentiert.

Die drittgrößte Akteursgruppe unter den nicht-journalistischen Bloggern stellen *Einzelakteure der Zivilgesellschaft* dar, also Blogger ohne einen eindeutigen Hinweis auf eine Profession (Anhang A5). Mit zehn Prozent beteiligt sich somit auch ein Großteil einfacher Bürger an dem untersuchten Diskurs. Mit jeweils sechs Prozent sind politische Akteure, Protest- und Bewegungsakteure sowie Vertreter von Interessengruppen und Verbänden gleichermaßen gering unter den Bloggern vertreten.

Aus Deutschland stammen besonders viele bloggende einfache Bürger, während in Spanien und besonders in der Schweiz, den USA und Großbritannien überwiegend Wissenschaftler einen der sichtbaren WiFi-Blogs betreiben. In Spanien und den USA spielen darüber hinaus Unternehmer eine bedeutende Rolle. Deutschsprachige Blogger sind je zu ungefähr einem Viertel Wissenschaftler oder Einzelbürger, während über zwei Drittel der englischsprachigen WiFi-Blogger Wissenschaftler bilden. Unter den spanisch- und anderssprachigen Bloggern sind immerhin rund 40 Prozent Wissenschaftler. Die spanischsprachige Wirtschafts- und Finanzblogosphäre wird zusätzlich noch von Unternehmern geprägt.

Zwischen den verschiedenen Sprachräumen, Nationalitäten und Finanzblogtypen zeigen sich also bereits im Rahmen der deskriptiven Befunde auf Blogebene Gemeinsamkeiten und Unterschiede. Bei *dreizehn Variablen* zeigt sich *weder ein signifikanter Zusammenhang mit den verschiedenen Sprachräumen, noch mit den unterschiedlichen Nationen*. Die Verwendung von Social-Media-Buttons und die Einbindung transnationaler Blogmerkmale in das eigene Angebot scheint eine in allen drei untersuchten Sprachräumen und Nationen gleichförmige Praxis zu sein. Auch die Anzahl der Blogger, das Postingaufkommen sowie die durchschnittliche Länge der Postings unterscheidet sich weder zwischen den Sprachräumen, noch den Nationen. Hinsichtlich dieser eher formalen Merkmale erscheint die Wirtschafts- und Finanzblogosphäre transnational und transkulturell zu sein. Auch andere, angebotsspezifische Merkmale, wie die Tatsache, ob der jeweilige WiFi-Blog unabhängig oder medienintergiert ist, zeigen keinen signifikanten Zusammenhang mit den oben genannten Variablen. Auch diesbezüglich schienen die Praktiken universal zu sein.

8.1.2 Analyseeinheit: Posting

Die Variablen auf Postingebene geben weitere Auskünfte über das recht unbekannte Format der WiFi-Blogs und insbesondere über den Internetdiskurs zur GWFK. Von besonderem Interesse sind dabei die Unterschiede bezüglich ihrer Verwendung zwischen den Sprachräumen und Nationen sowie zwischen den medienintegrierten und unabhängigen WiFi-Blogs. Sie sind ein Hinweis darauf, welche der (transnationalen) Blogpraktiken kulturell bzw. national geprägt sind.

Die 1169 im Untersuchungszeitraum veröffentlichten Postings verteilen sich sehr ungleich über die Blogstichprobe. Der Großteil trug lediglich ein einziges Posting zu dem Diskurs bei, während der aktivste Blog („Zero Hedge“, eine US-amerikanische Blogplattform) 90 Postings publizierte (MW 5,62, SD 9,066). Die *Postingaktivität* war weder abhängig von der Sprachraum- oder nationalen Zugehörigkeit der Blogs, noch von der WiFi-Blogart. Das gleiche gilt für die *Länge der einzelnen Postings*, die von 36 bis 42.947 Zeichen (inkl. Leerzeichen) reichte (MW 4.094,28; SD=4.747,656). Die Postinglänge übertrifft Vorgängerstudien (Hohlfeld/Dörsam 2008: 101-102) und sorgte für reichlich Raum für eine intensive Auseinandersetzung mit der GWFK.

Dabei *verteilen* sich die einzelnen Postings unterschiedlich über den zehntägigen *Untersuchungszeitraum* (Anhang A13). Zwei Tage nach Ankündigung der spanischen Regierung Hilfgelder bei der EU beantragen zu müssen gab es ein erhöhtes Aufkommen, das langsam wieder abebbte und gegen Ende des zehntägigen Untersuchungszeitraums aufgrund eines EU-Gipfels zum Thema erneut anstieg. Die Sprachräume, Nationen und Blogtypen unterscheiden sich hinsichtlich der Verteilung der Postings über den Untersuchungszeitraum. Die englischsprachigen Blogger veröffentlichten am 11. und 12. Juni den Großteil ihrer Beiträge, während die spanischsprachigen Blogs schon zu Beginn des Untersuchungszeitraums viel publizierten. Die deutsch- und englischsprachigen Blogs wurden dafür gegen Ende des Untersuchungszeitraums noch einmal aktiv. Die spanischen Blogs diskutierten zuerst intensiv, war Spanien doch das zentral betroffene Krisenland in diesem Zeitraum. Die anderen Nationen folgten mit ein bis zwei Tagen Abstand. Die medienintegrierten Blogs berichteten früher intensiver zum Thema und weisen stärkere Schwankungen entlang des Wochenrhythmus auf als die unabhängigen Blogs. Letztere publizieren frei von Redaktionsabläufen vermehrt an den Wochenenden.

Hinsichtlich der *Medialität der Postings* und dem *Anteil an Gastautoren*, die relevante Beiträge auf dem Blog verfasst haben, variieren lediglich die

Sprachräume signifikant. Die Beiträge bestehen zur Hälfte ausschließlich aus Textinhalten (n=565, 48,3%) bzw. zur anderen Hälfte aus Text und ergänzenden Abbildungen (n=561, 48,0%). Nur in 36 Fällen (3,1%) bestehen die Postings aus Text mit Videoinhalten und in sieben Fällen (0,6%) kommen alle drei Elemente zum Einsatz. Diese Befunde decken sich stark mit den Ergebnissen von Bloggerbefragungen (Schenk/Niemann und/Briehl 2014: 20). Entscheidend war hier der kulturelle Hintergrund der Blogs, da deutsch- und englischsprachige Blogs häufiger ausschließlich textbasierte Inhalte posten, während spanischsprachige Angebote den Text häufiger mit Bildern ergänzen. Videoinhalte werden noch am ehesten von deutschsprachigen Blogs hinzugefügt.

In einem Viertel der Fälle handelt es sich bei dem Autor des Postings um einen *Gastautor* (n=279, 23,47%), was sich weitestgehend mit dem für europäische Qualitätszeitungen ermittelten Anteil deckt (Wessler et al. 2008). Die 279 Gastpostings wurden von 169 einzigartigen Autoren verfasst. In Bezug auf die Gastautoren lassen englischsprachige Angebote diese häufiger zu Wort kommen als ihre spanischsprachigen Pendanten. Aufgrund der größeren Popularität und Reichweite englischsprachiger Angebote im Internet könnte es dort schlicht für Gastautoren attraktiver sein, einen Beitrag zu verfassen. Die größere Verbreitung englischer Sprachkenntnisse unter den Wirtschaftsakteuren mag ein weiterer Erklärungsgrund sein.

Akteure: Verfasser/Autoren der Postings

Insgesamt wurden die Postings von 1191 Verfassern geschrieben, von denen 1189 Autoren vollständig codiert werden konnten.¹⁴⁷ Nach der Bereinigung um Dubletten bleiben 405 *einzigartige Verfasser* von Postings übrig. Die *Anzahl der Verfasser* unterscheidet sich nicht signifikant hinsichtlich der verschiedenen Sprachraumzugehörigkeiten oder der Nationalitäten der Blogs, wohl aber hinsichtlich des Finanzblogtyps. Auf unabhängigen WiFi-Blogs werden die Postings von signifikant mehr Autoren verfasst als dies bei ihren medienintegrierten Pendanten der Fall ist. Von den 405 einzig-

¹⁴⁷ Der Großteil (n=1147, 98,1%) der Postings wurde von einem einzigen Autor verfasst. 18 Postings (1,5%) stammen aus der Feder von je zwei Verfassern und jeweils ein Beitrag (0,1%) wurde von drei bzw. fünf Autoren geschrieben. In zwei Fällen konnte die Autorenanzahl nicht ermittelt werden. Da im Mittel 1,02 (SD=0,179) Personen ein Posting schrieben, ist auch hier der Fokus auf die drei ersten Autoren gerechtfertigt. Nur in einem einzigen Fall werden folglich zwei der fünf Verfasser nicht berücksichtigt.

artigen Autoren sind 371 (91,6%) *einzelne Personen* und nur 23 (5,7%) *kollektive* Akteure wie beispielsweise Redaktionen oder ganze Unternehmen. Von den Einzelakteuren sind wiederum 313 (84,4%) *männlich* und nur 53 (14,3%) *weiblich*. Somit liegt der Frauenanteil etwas höher als bei den Blogbetreibern, aber auch unter den Autoren von WiFi-Blogs dominieren eindeutig die Männer.

Bei den Autoren handelt es sich in etwas mehr als der Hälfte der Fälle (n=230, 56,8%) um *professionell-journalistische Akteure* und nur in 157 Fällen (38,8%) um *andere Akteurstypen* (Anhang A7). Hinsichtlich des professionell-journalistischen Hintergrunds der Verfasser zeigen sich transkulturelle und -nationale Unterschiede. Unter den deutschsprachigen und deutschen Autoren finden sich signifikant mehr Laien als in den anderen Sprachräumen oder Nationen.

Analog zu den Akteurstypen der Blogger stammt der überwiegende Anteil der *nicht-journalistischen Autoren* aus der Wissenschaft, gefolgt von wirtschaftlichen Akteuren, allen voran Unternehmer und Börsenmakler bzw. Finanzmarktanalysten, gefolgt von Unternehmensberatern. Im Gegensatz zu den Bloggern sind unter den Autoren aber auch Banker und Ratingagenturen vertreten, wenn auch nur vereinzelt. Bei rund 30 Prozent der nicht-journalistischen Autoren handelt es sich um *einfache Bürger*. Politische Akteure sowie Vertreter von Protest- oder Interessengruppen kommen eher selten als Blogautoren zu Wort. Insgesamt weichen die Autoren hinsichtlich der Verteilung der Akteurstypen nicht maßgeblich von der der Blogbetreiber ab.

Die *Autoren* lassen sich insgesamt 32 Nationen und der internationalen Ebene zuordnen (Anhang A8). Das sind wesentlich mehr als die 19 unterschiedlichen *Nationalitäten* der Blogbetreiber. Von den 32 Nationen zählen 22 als OECD-Mitgliedsstaaten zu den Industrienationen. Bei 15 Nationen handelt es sich um die politisch stark integrierten EU-Mitgliedsländer. Auch hier sind wieder bis auf den asiatischen alle Kontinente vertreten. Im Allgemeinen ähneln sich die Top-10-Nationalitäten der häufigsten Blogger und Verfasser der Postings stark. Es gibt lediglich einige geringe Unterschiede, insbesondere in der Reihenfolge der Nationen: Bei den Autoren dominieren US-amerikanische Verfasser über spanische, während bei den Blogbetreibern das Verhältnis umgekehrt ist. Bei den Autoren spielen Iren eine größere Rolle, während als Blogger Australier stärker an dem untersuchten Diskurs beteiligen. Österreicher beteiligen sich eher als Verfasser denn als Blogbetreiber an dem untersuchten Diskurs.

Neben der Nationalität der Autoren wurde erfasst, inwiefern die Nationalität von *Gastautoren von der Nationalität der Blogbetreiber abweicht*.

In fast der Hälfte der Fälle kommen Gastautoren aus anderen Ländern zu Wort, was auf eine gewisse internationale Orientierung der WiFi-Blogger hindeutet.¹⁴⁸

Im Hinblick auf die *Sprachräume* verteilen sich die Autoren relativ gleichmäßig. Einem etwas größeren Anteil englischsprachiger (n=150; 37,0%) stehen ungefähr gleich viele deutsch- (n=86; 21,2%) und spanischsprachige (n=84; 20,7%) Verfasser gegenüber. Ein kleiner Anteil stammt aus einem anderen der drei relevanten Sprachräume (n=31; 7,7%).

Inhalte: Sprachliche Qualität/Darstellungsform/Meinungsbetonung

Hinsichtlich der *Inhalte* variieren die Sprachräume und Nationen mehr als in Bezug auf die akteursspezifischen Variablen auf Postingebeane. Die *sprachliche Qualität* der Postings ist hier die einzige Variable, die sich nicht signifikant zwischen den Sprachräumen, Nationen oder Finanzblogtypen unterscheidet. Das ist ebenfalls interessant, gibt sie doch Auskunft über den Grad an Zivilität, die der untersuchte Blogdiskurs erreicht hat. Der überwiegende Teil der Postings (n=968, 82,8%) wurde in einem gehobenen Stil verfasst und nur ein kleiner Teil als eindeutig umgangssprachlich (n=60; 5,1%). Dazwischen bewegen sich 141 (12,1%) Postings auf einem ausgeglichenen bzw. gemischten sprachlichen Niveau. Der untersuchte Diskurs gestaltete sich folglich bis auf wenige Ausnahmen ungeachtet des Sprachraums oder der Nation sehr zivil, wie von dem deliberativen transnationalen Öffentlichkeitsmodell gefordert.

Die *dominierende Sprache*¹⁴⁹ der Postings wurde ebenfalls codiert und mit der Sprachraumzugehörigkeit des jeweiligen Blogs abgeglichen. In die weitere Codierung flossen dadurch 270 (23,2%) deutsch-, 545 (46,6%) englisch- und 354 (30,3%) spanischsprachige Postings ein. In der Regel stimmt die dominierende Sprache des Postings mit der des Blogs insgesamt überein. Nur bei 20 Postings (1,7%) weichen sie voneinander ab, die alle von demselben Blog „Föhrenbergkreis Finanzwirtschaft“ stammen. In diesen Fällen wurden englischsprachige Postings auf einem deutschsprachigen Blog publiziert.

¹⁴⁸ Hinter den 279 Gastpostings stehen 169 einzigartige Gastautoren. Von ihnen besitzen 77 eine vom Blogbetreiber abweichende Nationalität. In den Netzwerkanalysen der Kapitel 8.3 und 8.4 wird lediglich die Nationalität des Blogs selbst berücksichtigt und nicht weiter zwischen Blogger und Kommunikator differenziert. Daher ist es wichtig zu wissen, bei wie vielen Personen und Beziehungen auf diese Weise eine Verzerrung entsteht.

¹⁴⁹ Mindestens die Hälfte des Posting-Textes musste in dieser Sprache verfasst sein.

Neben der Sprache geben Charakteristika wie die *Darstellungsform* oder die *Meinungsbetonung* der Postings Auskunft über Art und Qualität des Diskurses, insbesondere vor dem Hintergrund eines deliberativen Verständnisses von Öffentlichkeit. Die Liste möglicher Darstellungsformen enthielt sowohl in den traditionellen Medien etablierte Formen, als auch internet-spezifische, blogtypische Darstellungsformen. Die vielen Gestaltungsmöglichkeiten und das flexible, uneinheitliche Blogformat erschwerten die eindeutige Zuordnung. Nur für wenige Postings (n=78; 7,5%) konnten eindeutig journalistische Darstellungsformen identifiziert werden. Unterschiede zwischen Ländern oder Sprachräumen ließen sich aufgrund der geringen Fallzahl nicht aussagekräftig bestimmen. Außer Interviews, Serviceartikeln und Buchbesprechung fanden sich insbesondere blogtypische Darstellungsformen wie Linksammlungen, Blog-Dialoge/künstliche Interviews oder Live-Ticker. Den Lesern wird dadurch die Orientierung erschwert. Nicht immer ist erkennbar, ob der Verfasser nur seine eigene Meinung schildert, oder möglichst neutral über etwas berichtet.

Die *Meinungsbetonung der Postings* wurde im Rahmen der Codierung anhand einer dreistufigen Skala erfasst. So soll jeweils die Tendenz des Postings ermittelt werden. Etwas mehr als die Hälfte der Beiträge (n=649; 55,5%) ist eindeutig meinungsbetont. Ihnen gegenüber stehen 386 (33,0%) klar tatsachenbetonte Postings und 134 (11,5%) ausgeglichene Beiträge, in denen sich der nüchterne Bericht von Tatsachen und Fakten und Meinungsäußerungen und wertende Aussagen die Waage halten. Die Sprachräume und Nationen unterscheiden sich signifikant bezüglich der Meinungsbetonung. Die Beiträge englischsprachiger Blogs sind stärker meinungsbetont, als deutsch- oder spanischsprachige Blogpostings. Britische und US-amerikanische Blogs machen im Vergleich zu ihren spanischen, deutschen und schweizerischen Pendanten stärker Gebrauch von wertenden Inhalten. Am stärksten ist der Effekt zwischen deutschen und britischen Blogs. Die starke Meinungsbetonung durch die Blogs englischsprachiger Länder bestätigt in gewissem Maße Befunde zu Journalismuskulturen und dem Internetjournalismus.¹⁵⁰ Auch die beiden WiFi-Blogtypen posten unterschiedlich häufig meinungsbetonte Beiträge, wobei unabhängige Blogs meinungsstärker sind als medienintegrierte Blogs.

¹⁵⁰ Während für die traditionellen Massenmedien noch galt, dass liberale Länder wie die USA eine stärkere Trennung von faktischer und interpretierender Berichterstattung praktizieren als polarisiert-pluralistische Länder wie z. B. Deutschland (Benson/Hallin 2007; Wessler 2008b: 226), so ist diese Abweichung für den Internetjournalismus nicht mehr gültig (Wessler 2008b: 227). Für ihn sind medienmarkenspezifische Faktoren wichtiger als Ländermerkmale (Wessler et al. 2007).

Inhalt: Thematisierung und Themenbehandlung

Hinsichtlich *des thematischen Schwerpunktes* des Postings, *seiner Bewertung* sowie des *Ereignisanlasses* für den Beitrag unterscheiden sich sowohl die Sprachräume als auch die Nationen signifikant, nicht aber die beiden Finanzblogtypen (Anhang A12).

Der *thematische Schwerpunkt der Postings* wurde mithilfe von 81 Themenausprägungen codiert, die wiederum sechs Oberkategorien zugeordnet sind. Nicht überraschend ist mit über 70 Prozent der Postings die dominierende *Themenoberkategorie* die Krise der Eurozone (Anhang A9). Der tiefergehende Blick auf die Verteilung der *Themenausprägungen* zeigt, dass vor allem die Diskussion um Hilfsmaßnahmen für Spanien im Vordergrund des Diskurses stehen, gefolgt von einer grundsätzlichen Debatte über Rettungsmaßnahmen innerhalb der EU und die Krise der Eurozone allgemein (Anhang A10). Noch recht viel Raum, wenn auch nicht so viel wie Spanien, erhielt das Krisenmanagement in Griechenland. Weniger Aufmerksamkeit wurde dem Scheitern bzw. der Abschaffung der europäischen Gemeinschaftswährung, dem Austritt bzw. Ausschluss einzelner Länder aus der Währungsunion, der Einführung einer europäischen Schuldenunion sowie der wirtschaftlichen Entwicklung in Spanien geschenkt. Die weiteren Themenausprägungen kamen nur in unter drei Prozent der Postings zur Sprache. Der Blogdiskurs zur GWFK ähnelt hinsichtlich der Themen stark der TV-Berichterstattung wie sie beispielsweise für Deutschland im Rahmen des Info-Monitors ermittelt wurde (Krüger 2013: 70).

Die Blogs aller drei Sprachräume thematisieren vor allem die Krise der Eurozone. Die deutschsprachigen Blogs sprechen daneben vor allem von der globalen Bankenkrise bzw. der Krise des globalen Finanzmarktes, während englisch- und spanischsprachige Blogs vor allem die Weltwirtschaftskrise allgemein diskutieren. Auch die verschiedenen Nationalitäten unterscheiden sich diesbezüglich signifikant. Postings von Blogs aus europäischen Ländern haben noch wesentlich häufiger die Krise der Eurozone zum Hauptthema als beispielsweise US-amerikanische Blogs, die sich daneben vor allem mit der allgemeinen Weltwirtschaftskrise, der Krise des globalen Finanzmarktes und der globalen Schuldenkrise befassen. Britische Blogs sprechen neben der Krise der Eurozone insbesondere auch die allgemeine Weltwirtschaftskrise an. Spanische Blogs ähneln hinsichtlich der Themenverteilung eher den deutschen und schweizerischen Blogs als denen aus anglophonen Ländern.

Zusätzlich wurde erfasst, ob eine *Bewertung des Themas* im Posting erfolgte. Nur etwas mehr als ein Zehntel (n=135; 11,5%) der Postings berichtete bewertungsfrei. Die restlichen Postings enthielten zu einem Großteil (n=590, 50,5%) eine negative und nur in 99 Fällen (8,5%) eine positive Themenbewertung. In 326 Postings (27,9%) hielten sich negative und positive Bewertungen die Waage. Dabei zeigt sich kein signifikanter Zusammenhang zwischen einzelnen Themenausprägungen und einer Bewertung. Allerdings unterscheiden sich die einzelnen Sprachräume hinsichtlich der Themenbewertung signifikant voneinander. Deutschsprachige Blogs bewerten die von ihnen thematisierten inhaltlichen Schwerpunkte eher negativ oder überhaupt nicht. Englisch- und spanischsprachige Angebote bewerten im Gegenzug häufiger ausgeglichen oder positiv. Die Unterschiede konkretisieren sich weiter im Vergleich der Nationen. Analog dazu bewerten deutsche und schweizerische Blogs am häufigsten negativ und am seltensten positiv. Spanische und britische Blogs bewerten ihre Themenschwerpunkte dagegen am seltensten negativ und häufig ausgeglichen. Spanische und US-amerikanische Blogs bewerten den thematischen Schwerpunkt allgemein am häufigsten, ungeachtet der jeweiligen Tendenz.

In Ergänzung zum Hauptthema wurde überprüft, ob dem einzelnen Posting jeweils ein konkreter *Ereignisanlass* zugrunde liegt. Die zunächst offcodierten Ereignisanlässe wurden im Rahmen der Datenbereinigung zu 22 Ausprägungen und einer Restekategorie zusammengefasst (Anhang A11). In etwas über einem Drittel der Fälle lag dem Posting kein konkreter Ereignisanlass zugrunde. Beliebte Ereignisanlässe für Blogbeiträge waren die Ankündigungen und Genehmigungen von Rettungspaketen für einzelne Länder, allen voran das für Spanien, Wahlen und konkrete öffentliche Aussagen bzw. Reden von Politikern und anderen prominenten Akteuren. Immer mal wieder Anlass bieten auch die Veröffentlichung von verschiedenen Wirtschaftsindikatoren sowie Beiträge in klassischen Medienmarken. Letzterer Anlass zeigt die Rolle der Blogosphäre als Resonanzraum traditioneller Medien, die in den verschiedensten Blogstudien immer wieder bestätigt wurde. Den Postings der deutsch- und englischsprachigen Blogs liegt häufig kein konkreter Ereignisanlass zugrunde. Der Großteil der spanischsprachigen Beiträge kann auf die Akündigungen rund um das europäische Hilfspaket zurückgeführt werden, während unter deutschsprachigen Blogs vor allem Wahlen und verschiedene Beiträge traditioneller Massenmedien zu Postingaktivität führen. Insgesamt weisen US-amerikanische Blogs die meisten unterschiedlichen Postinganlässe auf und ihre britischen Pendanten sind diesbezüglich am homogensten.

Aufgrund der in vielen Blogstudien ermittelten Funktion der Blogosphäre als Resonanzraum für die traditionelle Medienberichterstattung wurde im Rahmen der Codierung auch für die WiFi-Blogs der *Medienbezug* untersucht. In etwas weniger als der Hälfte der Fälle (n=505; 43,2%) war ein solcher Medienbezug erkennbar. In 429 Beiträgen (36,7%) erfolgte der Bezug neutral, ohne eine Wertung. In 13 Fällen (1,1%) wurde lobend auf den Medieninhalt Bezug genommen und in 45 Beiträgen (3,8%) wurde dieser kritisiert. Immerhin 18 Postings (1,5%) enthielten sowohl Lob als auch Kritik klassischer Berichterstattung. Die Tatsache, ob in den Blogbeiträgen auf die traditionelle Medienberichterstattung Bezug genommen wird variiert zunächst nur signifikant zwischen den Nationen, die Art der Bezugnahme allerdings auch zwischen den Sprachräumen. In deutschen, spanischen und US-amerikanischen Blogs finden sich gleich viele Postings mit und ohne Medienbezug. Schweizerische und britische Angebote beziehen sich im Gegensatz nur in einem Drittel ihrer Beiträge auf die traditionelle Medienberichterstattung. Dabei sind die Bezüge der deutschsprachigen Blogs eher neutral oder kritisch, als die der anderen Sprachräume. Fast alle Nationen beziehen sich überwiegend neutral auf Medieninhalte, aber die britischen Blogs loben die klassische Medienberichterstattung häufiger, während schweizerische Blogs sie eher kritisieren.

Für die Beurteilung der *Themenbehandlung* standen acht verschiedene *Konfliktlinien* zur Auswahl (Kapitel 7.2.2). Am häufigsten wurden die Konfliktlinien 6 (Solidarische Maßnahmen der EU-Länder vs. Nationale Eigenverantwortlichkeit bei Lösung der Krise) und 2 (Austeritäts- vs. Konjunkturpolitik als Lösung) in den Postings angesprochen und am seltensten die Konfliktlinien 1 (Pro vs. Contra Kapitalismus als Wirtschaftssystem) und 3 (Industrie- vs. Schwellen-/Entwicklungsländer: Ungleichheiten als Ursache für Krise). Für jede einzelne Konfliktlinie wurden die sich einander gegenüberstehenden Positionen differenziert und erfasst, wie häufig welche der Positionen von den Bloggern angesprochen und gegebenenfalls begründet wurde (Anhang A12). Das Anführen verschiedener Positionen kann als Indikator für einen zivilen Diskurs und somit eine hohe deliberative Qualität gedeutet werden (Wessler 2008b: 228). Insgesamt liegt der Fokus stark auf den die EU zentral thematisierenden Konfliktlinien.

Für die meisten Konfliktlinien finden sich Unterschiede sowohl zwischen den verschiedenen Sprachraumzugehörigkeiten als auch zwischen den verschiedenen Nationalitäten der Blogs (Anhang A12). Das betrifft sowohl die reine Thematisierung der jeweiligen Streitfrage als auch die Erwähnung verschiedener Positionen und meist auch die Angabe von Begründungen für einzelne Positionen. Das Vorkommen von Konfliktlinien in weit

über der Hälfte der Postings sowie die häufige Angabe verschiedener Positionen lässt darüber hinaus auf eine durchaus ausgewogene, tiefgründige, und zu großen Teilen auch gut begründete, Debatte zu dem untersuchten Diskurs im Internet schließen.

8.1.3 Analyseeinheit: Sprecher

Die in den Postings zitierten Sprecher und ihre Charakteristika sind in zweifacher Hinsicht relevant: Einerseits als Indikator für eine nationale bis supranationale Orientierung der Autoren und Blogger und andererseits sind sie die Grundlage für die symbolischen Netzwerke, die in den Blogspostings konstruiert werden (Kapitel 2.2, 3.1 und 7.2.1).

Es wurden über alle Postings hinweg 3.141 Sprecher gezählt ($n=MW=2,69$; $SD=4,397$). In rund 21 Prozent der Postings kommt kein Sprecher vor, während der Beitrag mit den meisten genannten Sprechern 41 Zitate enthielt. In dem Großteil der Postings wird aber lediglich ein Sprecher erwähnt. Englischsprachige Blogs zitieren jeweils signifikant mehr Sprecher als deutsch- oder spanischsprachige. Insbesondere US-amerikanische Blogs zitieren häufiger als deutsche.

Aus Kapazitätsgründen wurden wieder nur *die jeweils ersten drei im Posting zitierten Sprecher* ($n=1849$; 58,87%) weiterführend codiert. Die folgenden Auswertungen sowie die Netzwerke in den Kapiteln 8.3 und 8.4 beziehen sich folglich nur auf etwas mehr als die Hälfte der insgesamt in dem Blogdiskurs während des Untersuchungszeitraums zitierten Sprecher. Da aber davon ausgegangen werden kann, dass die Chronologie der Zitate in den Postings auch eine Form von Bedeutungshierarchie widerspiegelt, gibt die Auswahl der ersten drei Sprecher je Beitrag einen guten Einblick in den Diskurs. Nach der Bereinigung um Dubletten bestand das Sprecher-Sample noch aus 837 *einzigartigen Sprechern*.

Bei den zitierten Sprechern handelt es sich bei dem überwiegenden Teil um nicht-journalistische Akteure ($n=616$, 73,6%). Lediglich 207 (24,7%) der zitierten Sprecher besitzen einen *professionell-journalistischen Hintergrund* (Anhang A14). Ein Drittel der nicht-journalistischen Akteure sind Politiker gefolgt von wirtschaftlichen Akteuren. Unter den wirtschaftlichen Akteuren dominieren Banker bzw. Vertreter von Finanzinstituten, gefolgt von einzelnen Unternehmen und Börsenmaklern bzw. Finanzmarktanalysten. Etwas weniger als ein Viertel der Sprecher sind Wissenschaftler. Die anderen Akteursgruppen machen jeweils weniger als vier Prozent der Sprecher aus. Die Verteilung des Akteurstyp ähnelt derjenigen der Blogger und

Autoren, mit dem Unterschied, dass bei den Sprechern die politischen Akteure eine wesentlich größere Rolle spielen. Man bleibt also hinsichtlich der Zitierungen gern unter Seinesgleichen und ergänzt nur die Ebene der Entscheidungsträger und Machthaber. Eine breite Beteiligung der Zivilgesellschaft findet in dem Blogdiskurs auf Ebene der Sprecher nicht statt.

In Bezug auf *die Verteilung der Sprecher auf die verschiedenen Nationen und Sprachräume* zeigt sich eine noch stärkere Konzentration auf englischsprachige Länder als bei den Bloggern und Autoren (Anhang A15). Über ein Viertel der Sprecher stammen aus den USA, gefolgt von rund 16 Prozent aus Deutschland und rund 13 Prozent aus Großbritannien. Noch ungefähr elf Prozent der zitierten Sprecher sind spanischer und fünf Prozent griechischer Nationalität, den beiden zentralen europäischen Krisenländern während des Untersuchungszeitraums. Ebenfalls rund fünf Prozent der Sprecher können der internationalen Ebene zugeordnet werden. Alle weiteren Nationen machen jeweils unter drei Prozent der zitierten Sprecher aus. Neben dem Fokus auf den englischsprachigen Raum dominieren vor allem OECD-Länder und die EU-Mitgliedsstaaten, ähnlich wie auch in den traditionellen Massenmedien. Dennoch kommen in dem Blogdiskurs zumindest vereinzelt auch kleinere Nationen aus Asien, Afrika, Südamerika und Ozeanien zu Wort.

Im *Vergleich der Nationalitäten von Blogger und zitiertem Sprecher* fiel auf, dass deutschsprachige Blogs besonders oft ausländische Sprecher zitieren. Diese transnationalere Orientierung ist insbesondere auf die schweizerischen Blogs zurückzuführen. Auch britische Blogs zeigen während des untersuchten Diskurses eine große Auslandsorientierung. Die anderen Nationen lassen nur in weniger als der Hälfte der Postings Sprecher anderer Länder zu Wort kommen.

Abschließend wurde im Rahmen der Codierung noch auf Sprecherebene erfasst, inwiefern sie in den Postings *bewertet* werden. Nur knapp ein Drittel der Sprecher wurde überhaupt bewertet. Von diesen wurden 244 (13,2%) in einen negativen bzw. kritischen Kontext gestellt und 192 (10,4%) in einen positiven Zusammenhang gebracht. Etwas weniger (n=145, 7,9%) wurden sowohl positiv als auch negativ bewertet. Die Sprecher verteilen sich also recht ausgeglichen über die verschiedenen Bewertungstendenzen.

Spanischsprachige und spanische Blogs kritisieren die zitierten Sprecher am häufigsten. Englischsprachige Blogs, allen voran die britischen, bewerten die Sprecher am seltensten. Schweizerische Blogs stellen ihre Sprecher am häufigsten in einen positiven Kontext. Da in erster Linie Politiker zitiert werden, hängt die Bewertung der Sprecher stark von dem Lager ab, in dem sich das jeweilige Land im Rahmen der Krise befindet. Häufig werden die

europäischen politischen Führer für ihre Lösungsversuche und -vorschläge kritisiert.

Unabhängige Blogs gehen kritischer mit den von ihnen zitierten Sprechern um, als ihre medienintegrierten Pendanten. Letztere *bewerten* sie häufiger sowohl negativ als auch positiv, was vermutlich auf journalistische Berufsnormen und -routinen zurückgeführt werden kann.

8.1.4 Analyseeinheit: Linkziel

Auf der Ebene der *extern verlinkten Websites* zeigen sich ebenfalls einige interessante Unterschiede zwischen den WiFi-Blogs verschiedener Sprachräume und Nationen. Insgesamt verlinkten sie in 3.021 Fällen auf externe Websites. Aus Kapazitätsgründen wurden analog zu den zitierten Sprechern und anderen Akteursvariablen weiterführende Informationen nur für die drei ersten externen Verlinkungen je Posting erfasst ($n=1.454$; 48,13%). Ähnlich wie bei den zitierten Sprechern liegen den folgenden Auswertungen sowie den Linknetzwerken (Kapitel 8.3 und 8.4) also knapp die Hälfte der tatsächlichen externen Verlinkungen zugrunde.

Die *Anzahl der Links* verteilt sich dabei sehr ungleich über die verschiedenen Postings. Nur 733 Postings (62,70%) enthalten überhaupt externe Links und in rund einem Viertel der Beiträge ($n=310$; 26,5%) wird nur einmal extern verlinkt. Der Beitrag mit den meisten Links enthält dagegen 58 Stück. Im Durchschnitt fanden sich 2,58 ($SD=5,456$) externe Links in einem Posting.¹⁵¹

Die Verlinkungspraxis unterscheidet sich signifikant zwischen den Sprachräumen, Nationen und Finanzblogtypen. Spanischsprachige Blogs setzen wesentlich seltener externe Links, als deutsch- oder englischsprachige Angebote. Dementsprechend verlinken US-amerikanische, britische und deutsche Blogs signifikant häufiger als ihre spanischen Pendanten. Unabhängige Blogs verlinken wesentlich öfter extern als medienintegrierte. In Medienmarken eingebundene Angebote unterliegen wahrscheinlich strengeren Anforderungen an die Qualität der von ihnen verlinkten Quellen. Das steht im Widerspruch zu den Befunden von Hohlfeld und Dörsam (2008: 107) für den deutschen Kontext, die keine Unterschiede hinsichtlich der externen Verlinkungspraxis zwischen den beiden Finanzblogtypen feststellen konnten.

¹⁵¹ Aggregiert auf Blogebene zeigt sich, dass in 49 Blogs (23,6%) keine Links gesetzt wurden. Anteilig an den im Untersuchungszeitraum veröffentlichten Postings finden sich je Blog 2,42 Links ($SD=3,838$).

Zusätzlich wurde mithilfe der Codierung erfasst, inwiefern die *Linkziele* durch die Verfasser der Postings *bewertet* wurden. Überwiegend ist das nicht der Fall. Nur in 150 Fällen (10,32%) wurde die externe Verlinkung bewertet. Ein Großteil der Verlinkungen (n=86, 5,9%) wurde von einer positiven Bewertung begleitet, aber eben nicht alle. In 41 Fällen (2,8%) wird das Linkziel kritisiert und in 23 Fällen (1,6%) wird ein Link sowohl positiv als auch kritisch eingeordnet. Auch wenn die Kritik nur sehr begrenzt vorkommt, kann folglich nicht allein aufgrund der Verlinkungen von Blogs ungeprüft auf eine Unterstützungsstruktur geschlossen werden, wie es in einigen Studien der Fall ist (Thelwall 2006: 7, De Maeyer 2012: 747).

Auch hinsichtlich der Bewertung der externen Linkziele zeigen sich signifikante Unterschiede zwischen den Sprachräumen, Nationen und Blogtypen. Deutschsprachige Blogs bewerten die von ihnen verlinkten Websites häufiger kritisch, während englischsprachige Blogs häufiger zu ausgeglichenen oder sogar positiven Bewertungen greifen. Spanischsprachige Angebote weisen häufig gar keine Bewertung des Linkziels auf.

Schweizerische Blogs bewerten häufiger, sowohl negativ als auch positiv, als die Angebote der anderen Nationen. US-amerikanische und britische Wirtschaftsblogs verlinken dagegen häufiger in einem ausgeglichenen Kontext.

Medienintegrierte Blogs bewerten ihre Linkziele häufiger als unabhängige Blogs, was vermutlich ebenfalls auf journalistische Berufsnormen zurückgeführt werden kann. Eine journalistische Aufgabe liegt in der Einordnung der Quellen für die Nutzer.

Für die folgenden Auswertungen mussten die externen Linkziele um *Dubletten bereinigt* werden, wonach *488 einzigartige, externe Linkziele* übrigblieben. Im Rahmen der Codierung sollten die extern verlinkten Websites verschiedenen Angebotstypen zugeordnet werden. In rund einem Drittel der Fälle (n=163, 33,4%) handelt es sich um einfache Websites und andere Internetangebote, die sich nicht einer der spezifischen abgefragten *Angebotskategorien* zuordnen ließen (Anhang A17). Rund ein Fünftel der Linkziele (n=105; 21,5%) sind WiFi-Blogs, gefolgt von Nachrichtenaggregatoren bzw. -plattformen (n=67; 13,7%). Internetableger von Tages- oder Wochenzeitungen (n=57, 11,7%) stellen ebenfalls einen großen Anteil unter den Linkzielen. In immerhin noch je knapp 7% (n=33) der Fälle handelt es sich bei den Linkzielen um andere Blogs (n=33, 6,8%), die sich nicht dem Segment der WiFi-Blogs zuordnen lassen oder um Internetableger einer Zeitschrift. Die anderen Angebotstypen sind nur marginal vertreten.

In Bezug auf die Angebotstypen, die sie verlinken unterscheiden sich die Sprachräume und Nationalitäten, nicht aber die Finanzblogtypen. Besonders die deutschsprachigen Angebote weichen diesbezüglich von den anderen ab, indem sie häufiger auf Nachrichtenplattformen verweisen. Schweizerische Blogs verlinken häufiger andere WiFi-Blogs als die anderen Nationen, die überwiegend Links auf Internetableger von Tages- und Wochenzeitungen setzen.

Neben dem Angebotsformat wurde noch der *inhaltliche Schwerpunkt* der verlinkten Website codiert (Anhang A18). Wenig überraschend beschäftigt sich rund die Hälfte der Linkziele mit dem Themenbereich von Wirtschaft und Finanzen (n=246, 50,4%). Bei knapp einem Drittel handelt es sich um Angebote ohne einen klaren thematischen Schwerpunkt (n=157, 32,2%). Diese Websites publizieren zu verschiedenen Themenbereichen, wie beispielsweise Internetableger von Tageszeitungen mit zahlreichen unterschiedlichen Rubriken. Rund zwölf Prozent (n=57) der Linkziele besitzt einen klaren politischen Schwerpunkt, gefolgt von Linkzielen, die sich nur der Restekategorie zuordnen lassen (n=17, 3,5%). Die restlichen Themenschwerpunkte spielten eine untergeordnete Rolle bei den Linkzielen.

Bezüglich des inhaltlichen Schwerpunkts der Linkziele variieren nur die Sprachräume signifikant. Spanischsprachige Blogs verlinken häufiger auf Websites ohne einen eindeutigen inhaltlichen Schwerpunkt wie beispielsweise Tageszeitungen mit vielen unterschiedlichen Rubriken. Die Blogs der anderen Sprachräume verweisen überwiegend auf Websites zum Thema Wirtschaft und Finanzen.

Zentral für das Erkenntnisinteresse dieser Studie war *die nationale Zugehörigkeit der verlinkten Website* (Anhang A19). Insgesamt sind unter den Linkzielen 20 verschiedene Nationen sowie die inter- und supranationalen Ebenen vertreten. Wenig überraschend dominieren auch hier US-amerikanische Websites, gefolgt von deutschen und spanischen, den drei Hauptnationen der Blogs aus der Stichprobe. Linkziele der internationalen Ebene sowie britische Websites bilden ebenfalls noch einen recht großen Anteil. Zwischen ein und zwei Prozent der Linkziele lassen sich verschiedenen europäischen oder englischsprachigen Industrienationen zuordnen. Die übrigen zehn Nationen gehören jeweils nur unter einem Prozent der verlinkten Websites an, darunter nur zwei südamerikanische und ein asiatisches Land. Unter den zwanzig Nationen sind lediglich drei Schwellen- und kein einziges Entwicklungsland vertreten. Über die Hälfte der Länder gehören der EU an und 85 Prozent sind Mitglied der OECD.

In einem weiteren Schritt wurde die *Nationalität der verlinkten Website jeweils mit der Nationalität des Blogs und des Verfassers des Postings abgeglichen*. In der Hälfte der 1.454 Fälle stimmen die Nationalitäten von Blog und Linkziel überein (n=720, 49,5%). Bezüglich des Verhältnisses der Nationalitäten von Autor des Postings und verlinkter Website zeigt sich ein ähnliches Bild. In 697 Fällen (47,9%) sind sie identisch.

Das Verhältnis der Nationalitäten von Blog zu Linkziel und Autor zu Linkziel variiert nur zwischen den Nationalitäten signifikant und bei letzterem Verhältnis auch in Bezug auf den Blogtyp. Deutsche Blogs verlinken häufiger Websites der eigenen Nation, während sich britische und schweizerische Blogs auch hinsichtlich der Linkziele transnationaler orientieren. Das gleiche gilt für das Verhältnis zwischen Autor und Linkziel. Autoren deutscher, US-amerikanischer und spanischer Blogs verlinken eher auf Ziele der eigenen Nation, während britische und schweizerische Blogs eher abweichen. Bei unabhängigen Blogs stimmen die Nationalität des Verfassers und die des Linkziels etwas häufiger überein als bei medienintegrierten Blogs, deren Autoren anscheinend auch mehr ausländische Quellen berücksichtigen.

Neben der nationalen war die *Sprachraumzugehörigkeit der verlinkten Websites* von zentralem Interesse. Über die Hälfte der verlinkten Websites ist englisch- (n=262, 53,7%) und immerhin rund ein Fünftel der Linkziele deutschsprachig (n=100, 20,5%). Ähnlich viele Linkziele sind spanischsprachig (n=88, 18,0%). In 21 Fällen (4,3%) handelt es sich um mehrsprachige Angebote und 13 Fälle (2,7%) gehören anderen Sprachräumen als den drei primär in dieser Studie untersuchten an. Auch im Rahmen der verlinkten Websites zeigt sich also die große Dominanz englischsprachiger Angebote im Internet.

Zusätzlich wurde bereits im Rahmen der Codierung erfasst, ob es sich um eine *intra- oder interlinguale externe Verlinkung* handelt, also ob durch sie eine Sprachraumgrenze überschritten wurde oder ob die Verlinkung in demselben Sprachraum verbleibt. Bei dem überwältigenden Teil der Verlinkungen (n=1240, 85,3%) handelt es sich um intralinguale Verlinkungen, die innerhalb desselben Sprachraums verbleiben. Nur in 197 Fällen (5,6%) gehört das Linkziel einem anderen Sprachraum an als das den Link enthaltende Posting.

Wieder zeigen sich Unterschiede zwischen Sprachräumen und Nationen. Spanischsprachige Blogs verlinken am häufigsten über ihre eigene Sprachraumgrenze hinaus, die englischsprachigen am seltensten. Unter den Nationen verlinken die spanischen und schweizerischen Blogs besonders häufig

interlingual, während die britischen Blogs seltener und die US-amerikanischen Blogs am seltensten auf andere Sprachräume verweisen.

Für die 197 *sprachraumüberschreitenden Verlinkungen* wurde darüber hinaus verschlüsselt, um *welchen Umgang mit der anderen Sprache* es sich jeweils handelt. In etwas weniger als der Hälfte der Fälle (n=87, 44,2%) handelt es sich um einen einfachen Verweis und in etwas mehr als einem Viertel der Fälle um ein Zitat (n=53, 26,9%). In 33 Fällen (16,8%) kam es zu einer Inklusion, das heißt dem Einfügen des Textes aus der Fremdsprache in das eigene Posting, ohne dass eine Form der Übersetzung erfolgt. Nur in 23 Fällen (11,7%) wurde der verlinkte Text auch übersetzt. Darüber hinaus kam es insgesamt nur bei 7 (0,5%) der externen, interlingualen Verlinkungen zum Einsatz von Übersetzungssoftware wie beispielsweise Google Translate. Die meisten Blogger gehen also grundsätzlich davon aus, dass ihre Leser die verlinkten, zumeist englischsprachigen Inhalte auch ohne Hilfe verstehen können.

Auch diesbezüglich unterscheiden sich die Sprachräume und Nationen im Gegensatz zu den Blogtypen. Analog dazu übersetzen englischsprachige, allen voran die britischen, Blogs die interlingual verlinkten Inhalte häufiger, als die beiden anderen Sprachräume. Spanischsprachige Blogs zitieren fremdsprachige Inhalte zumeist und deutschsprachige verweisen häufig ohne eine Bearbeitung des anderssprachigen Inhalts.

Ein Blick auf die *Top-25 der am häufigsten von den WiFi-Blogs verlinkten Websites* und ihren Eigenschaften gibt ein konkretes Bild der beliebtesten externen Linkziele. Fast die Hälfte von ihnen ist englischsprachig und in immerhin drei Fällen handelt es sich sogar um mehrsprachige Angebote. Die meisten Top-Linkziele sind US-amerikanisch oder international, dicht gefolgt von britischen und deutschen. Aus Spanien stammen lediglich zwei, der am häufigsten verlinkten Websites und nur eine kann der supranationalen Ebene zugeordnet werden. Neben Linkzielen aus der eigenen Nation erscheinen also vor allem englischsprachige Websites sowie US-amerikanische und internationale Angebote unter den WiFi-Bloggern populär zu sein. Dabei handelt es sich entweder um Websites mit einem wirtschaftlichen Themenschwerpunkt, oder um breit informierende Internetangebote. Andere Blogs spielen unter den Top-Linkzielen eher eine geringe Rolle. Nur drei WiFi-Blogs schaffen es in die Top-25 der verlinkten Websites. Alle gehören dem gleichen Sprachraum an (englisch), besitzen aber mit Großbritannien, den USA und der internationalen Ebene unterschiedliche nationale Zugehörigkeiten. Es dominieren dagegen insbesondere die Internetabnehmer traditioneller Massenmedien.

Zusammenfassend kann auf der Grundlage der deskriptiven Befunde festgestellt werden, dass die Sprachraum- und nationale Zugehörigkeit eines Blogs einen großen Einfluss auf den Diskurs zur GWFK im Untersuchungszeitraum hatte. Die Blogs der unterschiedlichen Sprachräume und Nationen sind unterschiedlich transnational und transkulturell ausgerichtet. Die Sprachräume und Nationen unterscheiden sich in knapp einem Viertel der Variablen. Gemeinsamkeiten zeigen sich vor allem bei den formalen Variablen. Die Postinginhalte, Zitierung von Sprechern und die Verlinkungspraxis weisen dagegen auf zahlreiche kulturelle und nationale Unterschiede hin. In den folgenden Kapiteln werden die in Kapitel 8.1 dargelegten deskriptiven Befunde immer wieder als Erklärungsfaktoren für Gemeinsamkeiten und Unterschiede sowie strukturelle Begebenheiten herangezogen.

8.2 Vergleich der Verwendung von Vernetzungsindikatoren

Es gibt unterschiedliche Herangehensweisen den Grad an Transnationalität von Öffentlichkeit zu messen und somit die zentrale erkenntnisleitende Frage dieser Studie beantworten zu können. In diesem Kapitel wird ein Ansatz auf das Internet übertragen, der bereits im Kontext traditioneller Massenmedien mehrfach untersucht und etabliert worden ist. Neben der Erweiterung auf das Internet kann auf diese Weise ein Mindestmaß an Vergleichbarkeit mit Vorgängerstudien gewährleistet werden, bevor in den folgenden beiden Auswertungskapiteln die Analyse um den relativ neuen Netzwerkansatz ergänzt wird.

Der Ansatz von Wessler et al. (2008) misst Transnationalität anhand des Vorkommens verschiedener Indikatoren entlang von vier Dimensionen (Kapitel 2.4 – 2.4.2). Zwei dieser Dimensionen befassen sich ausschließlich mit Vernetzung, während die anderen beiden eher auf Homogenität abzielen. Die vorliegende Studie konzentriert sich dabei ausschließlich auf die beiden Vernetzungsdimensionen, da sie anschlussfähig sind an den Netzwerkansatz zur Messung von Transnationalität. Bei dem Ansatz von Wessler et al. (2008) werden nur Vernetzungsindikatoren erfasst und ihr gleichzeitiges Vorkommen in verschiedenen nationalen oder kulturellen Arenen miteinander verglichen, nicht die direkte Vernetzung zwischen den Arenen über relationale Variablen nachvollzogen.

Bei den beiden Vernetzungsdimensionen handelt es sich um die Beobachtung des Regierens und die Diskursive Integration bzw. Vernetzung.

Die erste der beiden Dimensionen misst die vertikale und die zweite die horizontale Entgrenzung. Beide Dimensionen wurden zuvor nur im Rahmen traditioneller Massenmedien überprüft und noch nicht auf den Kontext des Internets übertragen. Im Rahmen dieser Arbeit ist das erstmalig der Fall, indem sie auf den Diskurs von WiFi-Blogs aus drei verschiedenen Sprachräumen und unterschiedlichen Nationen zur GWFK angewendet werden. Um die Vergleichbarkeit zu den Vorgängerstudien zumindest annähernd zu gewährleisten und gleichzeitig ausreichend auf die veränderte Medienumgebung im Internet einzugehen, wurden je Dimension zwei klassische und ein internetspezifischer Indikator ausgewählt (Tabelle 5).

Tab. 5: Überblick über die Vernetzungsdimensionen und -indikatoren transnationaler Öffentlichkeit

Dimension	Indikator
Beobachtung des Regierens (vertikale Transnationalität)	
<i>Klassische Indikatoren</i>	Bezugnahmen auf Institutionen/ Organisationen der unterschiedlichen Politikebenen Zitierte politische Sprecher auf den unterschiedlichen Politikebenen
<i>Internetspezifischer Indikator</i>	Verlinkte politische Websites
Diskursive Integration/ Vernetzung (horizontale Transnationalität)	
<i>Klassische Indikatoren</i>	Primäre geografische Bezugnahmen Zitierte Sprecher der unterschiedlichen Nationen
<i>Internetspezifischer Indikator</i>	Verlinkte Websites der unterschiedlichen Nationen

Die zuvor aufgestellten Forschungsfragen und Hypothesen (Kapitel 6, I. Vergleich der Verwendung von Vernetzungsindikatoren durch einzelne Nationen/Sprachräume) zielen auf diese Indikatoren ab. Es gilt herauszufinden, welche der Indikatoren überhaupt von den Blogs der verschiedenen Sprachräume und Nationen verwendet werden (FF1a) und inwiefern sie sich bezüglich der Verwendung unterscheiden (FF1b). Für jeden Indikator

wurde in einem ersten Schritt mithilfe von Kreuztabellen überprüft, welche Entgrenzungsebene dominiert und die verschiedenen Sprachräume und fünf häufigsten Nationen diesbezüglich miteinander verglichen. Ein besonderes Augenmerk lag dabei auf den englischsprachigen Angeboten (H1.1) und Blogs aus Mitgliedsländern der EU (H1.2).

In einem zweiten Schritt wurden jeweils die Entgrenzungsebenen einzeln betrachtet und mithilfe von mehrfaktoriellen Varianzanalysen verschiedene Blogcharakteristika als Einflussfaktoren auf die Häufigkeit der Verwendung der einzelnen Indikatoren überprüft. Hierdurch kann der Einfluss der nationalen und Sprachraumzugehörigkeit der Blogs im Zusammenspiel mit anderen Faktoren der Bereiche Ressourcen, transnationaler Ausrichtung, Soziodemografie und thematischem Schwerpunkt betrachtet werden. Dadurch kann insbesondere die zweite Forschungsfrage noch spezifischer beantwortet werden.

Dieses Vorgehen eröffnet verschiedene Möglichkeiten des Vergleichs. Zum einen können innerhalb der einzelnen Dimensionen die verschiedenen Indikatoren miteinander verglichen und so ein differenzierteres Bild der jeweiligen transnationalen Entgrenzung gewonnen werden. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf dem Vergleich zwischen klassischen und internet-spezifischen Indikatoren. Wird das besondere transnationale Potenzial des Internets tatsächlich ausgeschöpft? Für jeden einzelnen Indikator werden jeweils die drei Sprachräume und fünf häufigsten Nationen miteinander verglichen. Über die beiden Dimensionen hinweg lässt sich noch das Ausmaß der vertikalen mit dem der horizontalen Entgrenzung abgleichen. Desweiteren können die Ergebnisse des Blogdiskurses im Internet noch mit den Befunden von Wessler et al. (2008) und Kleinen-von Königslöw (2010a) verglichen werden, die je im Kontext traditioneller Massenmedien erhoben wurden.

In den folgenden beiden Kapiteln werden die Ergebnisse jeweils für die beiden Dimensionen entlang der Forschungsfragen bzw. der Vergleiche zwischen Indikatoren, Dimensionen, Sprachräumen und Nationen vorgestellt.

8.2.1 Beobachtung des Regierens

Die erste Dimension „Beobachtung des Regierens“ zielt darauf ab, Regierungshandeln auf den verschiedenen Ebenen von Transnationalität zu messen (Kapitel 2.4.1). Diese Vernetzungsdimension wird mithilfe der beiden

klassischen Indikatoren *Bezugnahmen auf politische Institutionen bzw. Organisationen* und *zitierte politische Sprecher* gemessen. Zusätzlich wird noch der internetspezifische Indikator der *verlinkten politischen Websites* hinzugezogen. Für jeden der drei Indikatoren werden jeweils die nationale, die inter- und die supranationale Entgrenzungsebene unterschieden, wobei sowohl inter- als auch supranationale Bezugnahmen und Verweise eine Form der transnationalen Entgrenzung darstellen.

Bezugnahmen auf politische Institutionen/Organisationen

Insgesamt wurden über alle 1169 Postings hinweg 2263 *politische Institutionen und Organisationen* codiert.¹⁵² Von den 2263 Institutionen bzw. Organisationen können 1201 (53,07%) der nationalen, 288 (12,73%) der internationalen und 773 (34,16%) der supranationalen Ebene zugeordnet werden. In knapp der Hälfte der Fälle wird die nationale Ebene folglich überschritten, wobei die supranationale Ebene mehr als doppelt so häufig vertreten ist, wie die internationale. Bei allen Einschränkungen hinsichtlich der Vergleichbarkeit scheint der Anteil an genannten transnationalen Institutionen somit etwas größer, als er in der Studie von Wessler et al. (2008) im Kontext von Qualitätszeitungen gemessen wurde. Auch wenn sich die Ergebnisse der beiden Studien aufgrund unterschiedlicher Forschungsdesigns nicht direkt vergleichen lassen, so kann dennoch das Verhältnis der verschiedenen Politikebenen zueinander bewertet werden. Im Internet halten sich die Nennung nationaler und transnationaler Institutionen und Organisationen ungefähr die Waage, während die Printmedien sich deutlich mehr auf die nationale Institutionenebene konzentrieren. Wessler et al. (2008) halten es für eine übertriebene Erwartungshaltung, dass den transnationalen mehr oder auch nur gleich viel Aufmerksamkeit geschenkt wird wie der nationalen Ebenen. Dennoch ist das im Rahmen des Blogdiskurses zur GWFK der Fall.

Von den 2263 codierten Institutionen bzw. Organisationen bleiben nach Abzug der Dubletten 332 einzigartige übrig. Über alle Blogs und Postings wurde die EU am häufigsten codiert (n=224, 10%), gefolgt von EZB (n=197, 8,71%) und IWF (n=149, 6,58%) (Anhang A21). Insgesamt 181 Institutionen bzw. Organisationen wurden nur ein einziges Mal codiert. Die

¹⁵² Auch bei dieser Variable wurden für jedes Posting nur die drei zuerst genannten Institutionen/Organisationen erfasst. Da sie zu Beginn des Beitrags erwähnt werden, kann davon ausgegangen werden, dass sie für den Inhalt eine vorrangige Rolle spielen.

am häufigsten erfassten Institutionen sind zwar transnational, aber insgesamt überwiegt auch in diesem Ausschnitt die nationale Ebene. Neben den europäischen und internationalen Wirtschafts- und Finanzinstitutionen stehen bei dem untersuchten Diskurs wenig überraschend vor allem die Regierungen und politischen Parteien der Krisenländer und des Geberlands Deutschland im Vordergrund.

Für die weiteren Analysen wurde die Erwähnung von Institutionen auf Blogebene aggregiert. Hierfür wurden jeweils die codierten Institutionen über alle Postings eines Blogs hinweg summiert. Im Durchschnitt nannte ein Blog im Untersuchungszeitraum 10,88 Institutionen bzw. Organisationen. Die Blogs unterscheiden sich hinsichtlich der Anzahl stark (SW=17,427). Der Blog mit den meisten Erwähnungen, nennt 150 Institutionen. Darüber hinaus wurde nach den verschiedenen Politikebenen differenziert. Je Blog konnten durchschnittlich 5,76 nationale (SW=8,504), 1,39 internationale (SW=2,363) und 3,72 supranationale Institutionen (SW=7,567) codiert werden.

Außerdem wurde geprüft, ob ein signifikanter Zusammenhang zwischen der nationalen bzw. Sprachraumzugehörigkeit eines Blogs und der von ihm erwähnten Institutionenebene besteht. Zwischen der Sprachraumzugehörigkeit eines Blogs und der erwähnten Institutionenebene zeigt sich ein höchst signifikanter Zusammenhang (Anhang A22). Jeweils um die 50 Prozent der Postings der Blogs der einzelnen Sprachräume erwähnen nationale und um die 34 Prozent supranationale Institutionen. Bei der Nennung internationaler Institutionen weichen die verschiedenen Sprachräume voneinander ab. Deutschsprachige Blogs erwähnen sie seltener und spanischsprachige Angebote häufiger. Die Effektstärke des Zusammenhangs zwischen Sprachraum und genannter Institution liegt allerdings unterhalb von Cohens (1988) Grenze für schwache Effekte. Die Unterschiede zwischen den Sprachräumen sind also zu vernachlässigen.

Zwischen der erwähnten Institutionenebene und der nationalen Zugehörigkeit der Blogs besteht ein hoch signifikanter Zusammenhang (Anhang A23).¹⁵³ Die nationale Institutionenebene wird von US-amerikanischen

¹⁵³ Berücksichtigt wurden nur diejenigen Nationen mit mehr als fünf Blogs in der ursprünglichen Blogauswahl. Nur auf einer ausreichend großen Basis können belastbare Aussagen getroffen werden. Dazu zählen Deutschland, Schweiz, Spanien, die USA und Großbritannien (westliche Industrienationen). Da ebenfalls mehr als fünf Blogs per se international sind, wurden diese Angebote dazugenommen. Nach der Reduktion der Nationen bleiben 108 Blogs übrig, während 100 Blogs ausgeschlossen werden. Darunter sind 21 deutsche, fünf schweizerische, 32 spanische, 32 US-amerikanische, 15 britische und 3 internationale Blogs. Zwecks Einheitlichkeit werden für alle Indikatoren für Transnationalität gleich verfahren.

Blogs etwas häufiger erwähnt, während internationale Blogs sie seltener anführen. Umgekehrt sprechen US-amerikanische Blogs seltener die supranationale Ebene an und internationale Angebote häufiger. Internationale Institutionen werden dagegen etwas häufiger von spanischen und internationalen Blogs genannt. Die Effektstärke ist geringfügig größer, als bei den Sprachräumen.

Mithilfe einer Varianzanalyse soll zusätzlich geprüft werden, inwiefern das Interesse an Institutionen bzw. Organisationen verschiedener Politikerebenen von blogspezifischen Faktoren abhängt. Es wurden insgesamt elf Einflussfaktoren getestet, die sich grob sechs Bereichen zuordnen lassen. Bei den Bereichen handelt es sich um die Nationalität (N), Sprachraumzugehörigkeit (SZ), Soziodemografie (S), Ressourcen (R), transnationale Ausrichtung des Blogs (TA) und dem thematischen Schwerpunkt (TS) im Rahmen des Blogdiskurses zur GWFK. Dazu gehören die Sprachraum- (SZ) und nationale Zugehörigkeit (N)¹⁵⁴ des Blogs, der Finanzblogtyp (R), die Tatsache, ob ein Blog von einzelnen Personen oder einem Kollektiv betrieben wird (R), der journalistische Hintergrund (R) und das Geschlecht der Blogger (S) und der Anteil transnationaler Merkmale (TA), die ein Blog aufweist. Außerdem wurden noch die Anzahl der Blogger (R), die Anzahl kosmopolitischer Blogger (TA) sowie der Anteil von Gastautoren (R) über die Postings eines Blogs hinweg berücksichtigt. Zusätzlich wurde noch der Einfluss des in den Postings eines Blogs dominierenden Themenschwerpunktes überprüft (TS).¹⁵⁵

Die Tabelle 6 gibt einen Überblick über die Varianzanalysen zu den erwähnten Institutionen aller drei Politikebenen.¹⁵⁶ Die Gesamtmodelle für

¹⁵⁴ Die Varianzanalysen wurden jeweils auch für alle Blognationen berechnet und die Ergebnisse verglichen. Es zeigten sich keine entscheidenden Unterschiede, weder in Bezug auf die signifikanten Einflussfaktoren, noch auf die Effektstärken.

¹⁵⁵ Die Ausprägungen der unabhängigen Variablen stellen sich wie folgt dar: Finanzblogtyp: medienintegriert vs. unabhängig, Einzelblogger vs. Kollektiver Blogger: Neun verschiedene Kombinationen über alle drei Blogger hinweg, journalistischer Hintergrund der Blogger: Drei verschiedene Kombinationen über alle drei Blogger hinweg, Aggregiertes Geschlecht der Blogger: Drei verschiedene Kombinationen über alle drei Blogger hinweg, transnationale Blogmerkmale: Summenindex 0-3, Anteil der Gastautoren: Anteil an allen Postings je Blog, Hauptthema: Oberkategorien, über alle Postings eines Blogs hinweg am häufigsten thematisierte Oberkategorie (Modalwert).

¹⁵⁶ Die Nennung der nationalen (KS=0,253, df=208, p<0,000), internationalen (KS=0,278, df=208, p<0,000) und supranationalen Institutionenebenen (KS=0,312, df=208, p<0,000) sind nicht normalverteilt, wodurch eigentlich eine Voraussetzung der Varianzanalyse verletzt wird. Bei einer ausreichend großen

Tab. 6: Einflussfaktoren auf die Anzahl der codierten Bezugnahmen auf Institutionen/Organisationen der unterschiedlichen Politikebenen je Blog (n=208)

Unabhängige Variablen	Abhängige Variable: Anteil der erwähnten ... je Blog		
	Nationale Institutionen/Organisationen ¹	Internationale Institutionen/Organisationen ²	Supranationale Institutionen/Organisationen ³
	Eta ²	Eta ²	Eta ²
Dominierende Blogsprache	0,000	0,000	0,000
Nationalität des Blogs (eindeutig)	0,105	0,204**	0,134
Art des Wirtschafts- und Finanzblogtyps	0,035	0,037	0,050
Kollektiv vs. Einzelblogger	0,000	0,037	0,065*
Journalistischer Hintergrund der Blogger	0,006	0,001	0,035
Geschlecht	0,028	0,024	0,016
Transnationale Blogmerkmale (Index)	0,155***	0,249***	0,114*
Anzahl der beteiligten Blogger	0,372***	0,205*	0,285*

Stichprobe, wie im Rahmen dieser Studie, erweist sich die Varianzanalyse aber als robust gegenüber dieser Regelverletzung (Backhaus et al. 2016: 183). Die Voraussetzung der Varianzhomogenität ist im Fall der nationalen (Levene-Test: $F=2,182$, $p=0,043$) und internationalen Ebene (Levene-Test: $F=1,369$, $p=0,011$) ebenfalls nicht gegeben. Nach Heraufsetzen der Entscheidungsschwelle für die Alternativhypothese auf das Ein- statt Fünf-Prozent-Niveau und die Gruppen ungefähr gleich groß sind, darf der F-Wert trotzdem berechnet werden (Bühl 2010: 491; Kuckartz et al. 2013: 198).

Anzahl kosmopolitischer Blogger	0,005	0,006	0,024
Anteil von Gastautoren je Blog	0,342***	0,409***	0,668***
Thematischer Schwerpunkt im Diskurs (Oberkategorien)	0,076	0,102	0,333
Mittelwert	5,76	1,39	3,72
Erklärte Varianz (R ²)	0,745	0,806	0,899
Erklärte Varianz (Korrigiertes R ²)	0,586	0,684	0,797

Mehrfaktorielle ANOVAs zur Bestimmung der Stärke der Haupteffekte. *p≤0,05; **p≤0,01; ***p≤0,001. ¹F-Wert(58,93)=4,688, p<0,000; ²F-Wert(58,93)=6,645, p<0,000; ³F-Wert(76,75)=8,815, p<0,000.

die drei Politikebenen sind jeweils signifikant. Für die Erwähnung nationaler Institutionen in den Blogpostings erklärt das Modell rund 59 Prozent der Streuung um den Gesamtmittelwert. Für internationale Institutionen sind es rund 68 und für supranationale Institutionen sogar rund 80 Prozent. Für die Erwähnung transnationaler Institutionen besitzt das Modell mit den ausgewählten Blogmerkmalen als Einflussfaktoren eine höhere Erklärungskraft als für nationale.

Auf die Erwähnung nationaler Institutionen haben nur drei der Blogmerkmale einen signifikanten Einfluss. Dazu zählt unter anderem die Anzahl transnationaler Blogmerkmale, die einen höchst signifikanten und starken Effekt aufweist.¹⁵⁷ Aus den Ergebnissen der Post-hoc-Tests (Hochberg) wird ersichtlich, dass je mehr transnationale Merkmale ein Blog aufweist, desto weniger nimmt er auf nationale Institutionen Bezug.

Und auch der Anteil an Gastautoren je Blog, die Postings im Untersuchungszeitraum verfasst haben, hat einen großen Einfluss auf die Nennung nationaler Institutionen. In beiden Fällen sinkt die Anzahl der erwähnten Institutionen, je mehr Blogger oder Gastautoren beteiligt sind.

Dieselben drei Faktoren haben ebenfalls einen signifikanten Einfluss auf die Erwähnung internationaler Institutionen. Der stärkste Effekt zeigt sich

¹⁵⁷ Die Einschätzung richtet sich nach den Eta-Effektstärken nach Cohen (1988), wobei Werte ≥0,01 für einen kleinen, Werte ≥0,06 für einen mittleren und Werte ≥0,14 für einen großen Effekt stehen.

bei der Anzahl der Gastautoren. Hier steigt allerdings die Anzahl der erwähnten internationalen Institutionen mit der Anzahl der Gastautoren. Bei den transnationalen Blogmerkmalen ist der Effekt dagegen wieder gegenläufig. Je mehr Merkmale, desto seltener werden internationale Institutionen genannt. Das Gleiche gilt für die Anzahl der Blogger. Je mehr Blogger das Angebot betreiben, desto weniger beziehen sie sich in den Postings auf internationale Institutionen. Legt man hier aber das geforderte strengere Signifikanzniveau aufgrund fehlender Varianzhomogenität an, fällt dieser Einflussfaktor aus. Außerdem hat die Nationalität des Blogs einen starken Einfluss auf die Erwähnung internationaler Institutionen. Spanische Blogs nehmen häufiger Bezug auf diese Politikebene.

Auch auf die Erwähnung supranationaler Institutionen haben die drei Faktoren, Anteil der Gastautoren, Anzahl der Blogger und transnationale Blogmerkmale einen signifikanten Effekt, die letzteren beiden allerdings nur auf dem Fünf-Prozent-Signifikanzniveau. Je mehr Gastautoren ein Blog aufweist, desto weniger supranationale Institutionen erwähnt er. Bei den transnationalen Blogmerkmalen macht es einen Unterschied, ob die Blogs gar keine oder wenigstens ein transnationales Blogmerkmal aufweisen können. Angebote mit mindestens einem solchen Merkmal nehmen häufiger auf die supranationale Institutionenebene Bezug. Die Signifikanz dieses Faktors mag aber aufgrund fehlender Varianzhomogenität überschätzt sein. Ähnliches gilt für den Einfluss des Faktors Einzelblogger vs. kollektiver Blogger auf die Nennung supranationaler Institutionen. Kollektive Blogger beziehen sich häufiger auf diese Institutionenebene.

Über alle drei Institutionenebenen hinweg haben lediglich die drei Variablen transnationale Blogmerkmale, Anzahl Blogger und der Anteil von Gastautoren einen signifikanten Effekt auf die Erwähnung von Institutionen auf der entsprechenden Ebene. Allgemein sinkt das Signifikanzniveau, je höher die Politikebene ist, auf der eine angesprochene Institution verortet wurde. Transnationale Blogmerkmale haben besonders einen Einfluss auf internationale und die Anzahl der Blogger besonders auf die Nennung nationaler Institutionen. Die Effektsstärke des Anteils der Gastautoren nimmt von nationaler bis supranationaler Ebene zu. Sprachraum- und nationale Zugehörigkeit haben mit Ausnahme der internationalen Institutionenebene keinen signifikanten Effekt. Das heißt überwiegend unterscheiden sich die Blogs der drei untersuchten Sprachräume und der Nationen nicht hinsichtlich der Erwähnung nationaler oder transnationaler Institutionen. Diesbezüglich scheinen kultur- und nationenübergreifende Praktiken vorzuherrschen.

Zitierte politische Sprecher

Als zweiter Indikator für die Beobachtung des Regierens, der auch schon für traditionelle Massenmedien untersucht wurde, dienen die *zitierten politischen Sprecher entlang der drei Politikebenen*. Wie bereits in Kapitel 8.1.3 ausführlich beschrieben wurden 1.849 (837 einzigartige Sprecher) codiert. Für die folgende Auswertung wurden lediglich die politischen Sprecher berücksichtigt.¹⁵⁸

Der überwiegende Anteil (n=512, 72,6%) der 705 politischen Sprechern, die in den Blogpostings zu Wort kamen, sind Einzelakteure. Nur in 193 (27,4%) Fällen wurden kollektive politische Akteure zitiert. Von den Einzelakteuren konnte für 507 das Geschlecht eindeutig bestimmt werden. Davon sind 419 (81,8%) männlich und nur 88 (17,2%) weiblich. Der Anteil weiblicher politischer Akteure ist somit immer noch gering, aber mehr als doppelt so groß wie unter den Sprechern insgesamt. Die nationale Zugehörigkeit konnte für 703 der politischen Sprecher festgestellt werden. Sie stammen insgesamt aus 29 unterschiedlichen Nationen sowie der inter- und supranationalen Ebene. Als häufigste Nationalität ist Spanien vertreten (n=179, 25,4%) gefolgt von Deutschland (n=107, 15,2%) und genuin supranationalen politischen Sprechern (n=84, 11,9%). Insgesamt 61 (8,7%) Sprecher können der internationalen Ebene zugeordnet werden und ähnlich viele stammen aus den USA (n=57, 8,1%). Aus Großbritannien kommen 45 (6,4%) und aus Frankreich 37 (5,2%) der politischen Akteure. Immerhin noch 36 (5,1%) Sprecher stammen aus dem Krisenland Griechenland und 25 (3,5%) Sprecher sind italienisch. Die restlichen politischen Sprecher stammen aus verschiedenen kleineren EU-Nationen. Politische Sprecher aus Ländern anderer Kontinente wie beispielsweise China, Chile, Mexiko, Indien, Kenia und Malaysia kommen nur sehr vereinzelt zu Wort.

Die Verteilung der Nationalitäten der politischen Sprecher stellt sich somit etwas anders dar, als insgesamt für die zitierten Sprecher. Vordergründig werden Politiker aus Spanien zitiert, während US-Politiker hier eher eine nachrangige Rolle spielen. Die inter- und supranationale Ebene spielt unter den politischen Sprechern eine wesentlich dominantere Rolle als auf

¹⁵⁸ Um aus der Menge der in den codierten Postings zitierten Sprecher die politischen Sprecher herauszuziehen, wurden zunächst alle 470 journalistischen Akteure (25,4%, eindeutige Akteure: n=207) sowie die 14 uneindeutigen Fälle ausgeschlossen. Von den restlichen 1.365 nicht-journalistischen Sprechern (73,8%, eindeutige Akteure: n=616) wurden im Folgenden dann lediglich die 705 (38,1% bzw. 51,7% von allen nicht-journalistischen Akteuren; eindeutige Akteure: n=203) politischen Akteure berücksichtigt.

der Gesamtebene. Auffallend ist insbesondere die Präsenz spanischer Politiker, deren Land im Untersuchungszeitraum das zentrale Krisenland darstellt. Der Anteil politischer Sprecher aus Griechenland verändert sich dagegen im Vergleich nicht, obwohl die Nation ein Dauerproblem der Eurokrise darstellte. Insgesamt kann der Großteil der politischen Sprecher auf einer nationalen Ebene verortet werden (n=558, 79,1%). Nur rund ein Fünftel der zitierten Politiker sind transnational (international: n=61, 8,7%; supranational: n=84, 11,9%), wobei nur geringfügig mehr supra- als internationale politische Sprecher zu Wort kommen.

Für 553 Fälle konnte das Verhältnis der Nationalität des zitierten politischen Sprechers zur Nationalität des Blogs eindeutig bestimmt werden. Aus der Perspektive des Blogs stammen die meisten zitierten Politiker aus dem Ausland (n=390, 70,5%). Nur in 163 Fällen (29,5%) stimmen die Nationalitäten überein, was auf eine eher transnationale Orientierung der Blogger hindeutet. Betrachtet man die Politikebenen, denen die Sprecher zugeordnet werden können, scheint diese transnationale Orientierung aber eher in horizontaler Richtung zu verlaufen, als in vertikaler.

In 704 Fällen konnte die Bewertungsvariable eindeutig codiert werden. Mit 399 (56,6%) Fällen wurde überwiegend keine Bewertung des zitierten Politikers vorgenommen. Von den 305 (43,4%) Fällen mit einer Sprecherbewertung, handelt es sich in 184 (26,1%) Fällen um Kritik und nur in 39 (5,5%) Fällen um eine positive Bewertung. In 82 (11,6%) Fällen werden die politischen Sprecher ausgeglichen bewertet. Sofern sie denn überhaupt bewertet werden, stehen die Politiker in den Postings also zumeist in der Kritik der Blogautoren.

In Tabelle A24 (Anhang) sind die 25 am häufigsten zitierten politischen Sprecher aufgeführt. Bis auf wenige Ausnahmen handelt es sich bei dem Großteil um spanische, deutsche oder andere EU-Politiker. Unter den meistzitierten Sprechern finden sich überdurchschnittlich viele kollektive Akteure, hauptsächlich EU-Institutionen. Und auch wenn die nationale Ebene überwiegt, lassen sich fast ein Viertel der meistzitierten Sprecher der supranationalen Ebene zuordnen. Die internationale Ebene ist dagegen weniger vertreten.

In einem weiteren Schritt wurde der Zusammenhang zwischen nationaler und Sprachraumzugehörigkeit eines Blogs und der von ihm zitierten politischen Sprecher überprüft. Es zeigt sich, dass zwischen der Sprachraumzugehörigkeit eines Blogs (Anhang A25) und der von ihm zitierten politischen Sprecher kein signifikanter Zusammenhang besteht. Ungeachtet des kulturellen Hintergrundes zitieren die Blogs überwiegend politische Sprecher der

nationalen Ebene. Englisch- und spanischsprachige Blogs erwähnen häufiger Aussagen von supranationalen als von nationalen Akteuren, während deutschsprachige Blogs umgekehrt etwas häufiger internationale Akteure zu Wort kommen lassen als supranationale. Die Unterschiede sind aber knapp nicht signifikant. Die Nationalitäten der Blogs unterscheiden sich im Gegenzug signifikant hinsichtlich der Zitate von Politikern (Anhang A26). Berücksichtigt wurden wieder nur die reduzierten Nationen und die internationale Ebene.¹⁵⁹

Insgesamt zitieren Blogs aller Nationen sowie der internationalen Ebene Politiker auf der nationalen Ebene. Internationale, spanische und britische Blogs zitieren dabei etwas seltener Politiker der nationalen Ebene, als schweizerische, US-amerikanische und insbesondere deutsche Blogs. Letztere nennen lediglich einen einzigen supranationalen politischen Sprecher, während die internationale Ebene von ihnen überhaupt nicht berücksichtigt wird. Die anderen europäischen Nationen beziehen sich hinsichtlich der zitierten Politiker etwas häufiger auf die supra- als auf die internationale Ebene. Die US-amerikanischen Blogs betonen im Gegenteil die internationale Sprecherebene etwas stärker, was wenig verwundert, sind sie doch nicht selbst unmittelbar in supranationale Regierungsstrukturen eingebunden. Das gilt aber auch für die schweizerischen Blogs, die sich dennoch dem europäischen Muster anschließen. Interessant ist ebenfalls, dass selbst die internationalen Blogs die supranationale Ebene stärker zitieren als die internationale.

Insgesamt scheint in Bezug auf diesen Indikator eher eine horizontale als eine vertikale Entgrenzung vorzuherrschen. Deutsche Blogs erweisen sich in vertikaler Richtung am wenigsten und spanische Blogs am stärksten transnational. Der Vergleich mit den Befunden der Studien zu traditionellen Massenmedien zeigt auch hier eine stärkere Repräsentation der transnationalen Ebenen (Kapitel 2.4.1). Der Indikator wird nicht in der Studie von Wessler et al. (2008), sondern lediglich im Rahmen der Analyse von Kleinen-von Königslöw (2010a) untersucht. Sie beschreibt diesen Indikator als wesentlich anspruchsvoller als den der Bezugnahme auf politische Institutionen. Folglich könne in Bezug auf die politischen Sprecher auch nur ein geringerer Transnationalisierungsgrad erwartet werden. Das ist auch im

¹⁵⁹ Die Blogs der reduzierten Nationen zitieren insgesamt 577 politische Sprecher, von denen für 575 die Politikebene eindeutig festgestellt werden kann. Von den 577 Politikern sind 68 (11,8%) deutsch-, 257 (44,5%) englisch- und 252 (43,7%) spanischsprachig. Davon stammen 53 (9,2%) aus Deutschland, 15 (2,6%) aus der Schweiz, 252 (43,7%) aus Spanien, 134 (23,2%) aus den USA, 71 (12,3%) aus Großbritannien und 52 (9,0%) sind international.

Kontext des Wirtschaftsblogdiskurses zur GWFK der Fall. Die transnationalen Ebenen werden anteilig weniger berücksichtigt, als es bei dem ersten Indikator der Fall war. Kleinen-von Königslöw untersucht ausschließlich deutsche Medienangebote und stellt ein Ausmaß von zitierten transnationalen politischen Sprechern von maximal einem Prozent der Beiträge fest. Die Qualitätszeitungen liegen dabei vor der Fernsehberichterstattung. Die deutschen Blogs zeigen hier ähnlich geringe Anteile, aber die Blogs der anderen Nationalitäten übertreffen diese Anteile bei weitem.

Zusätzlich wurde auch hinsichtlich des zweiten Indikators mithilfe einer Varianzanalyse der Einfluss verschiedener Blogmerkmale bestimmt (Tabelle 7). Das Zitieren politischer Sprecher der nationalen ($KS=0,300$, $df=208$, $p<0,000$), internationalen ($KS=0,477$, $df=208$, $p<0,000$) und supranationalen Institutionenebenen ($KS=0,442$, $df=208$, $p<0,000$) sind ebenfalls nicht normalverteilt, aber auch hier handelt es sich um eine ausreichend große Stichprobe. Für die Anzahl nationaler (Levene-Test: $F=0,880$, $p=0,705$) und supranationaler (Levene-Test: $F=1,008$, $p=0,503$) politischer Sprecher liegt jeweils Varianzhomogenität vor, für die internationale Ebene dagegen nicht (Levene-Test: $F=1,867$, $p=0,012$). Für letztere muss dementsprechend das Signifikanzniveau hochgesetzt werden. Die Gesamtmodelle für die drei Politikebenen sind jeweils signifikant. Für das Zitieren nationaler politischer Sprecher erklärt das Modell rund 59 Prozent der Streuung um den Gesamtmittelwert. Für supranationale Politiker sind es rund 71 und für internationale Politiker sogar rund 76 Prozent. Im Gegensatz zu dem ersten Indikator, kann hier die internationale Ebene am besten erklärt werden, aber auch die Modelle für die transnationalen Ebenen besitzen eine höhere Erklärungskraft als für die nationale Ebene.

Auf das Zitieren nationaler Politiker haben drei Faktoren einen signifikanten Effekt. Den größten Einfluss zeigt die Anzahl der Blogger. Je weniger Blogger ein Angebot betreiben, desto häufiger zitiert es politische Sprecher der nationalen Ebene. Auch die Anzahl transnationaler Blogmerkmale beeinflusst das Zitieren von nationalen Politikern. Der Unterschied zeigt sich laut der Post-hoc-Tests (Hochberg) vor allem zwischen denjenigen Blogs ohne transnationale Merkmale und solchen mit mindestens zwei Merkmalen. Letztere zitieren die nationale Ebene weniger. Die Tatsache, ob es sich um kollektive oder Einzelblogger handelt weist ebenfalls einen signifikanten Effekt auf, allerdings liegt die Effektstärke unterhalb der Grenze für schwache Effekte und kann somit nicht sicher gewertet werden.

Tab. 7: Einflussfaktoren auf die durchschnittliche Anzahl der zitierten politischen Sprecher der unterschiedlichen Politikebenen je Blog (n=208)

Unabhängige Variablen	Abhängige Variable: Durchschnittliche Anzahl der erwähnten ... je Blog		
	Nationale zitierte politische Sprecher ¹	Internationale zitierte politische Sprecher ²	Supranationale zitierte politische Sprecher ³
	Eta ²	Eta ²	Eta ²
Dominierende Blogsprache	0,000	0,000	0,000
Nationalität des Blogs (eindeutig)	0,099	0,022	0,056
Art des Wirtschafts- und Finanzblogtyps (nicht-/medienintergriert)	0,084	0,001	0,000
Kollektiv vs. Einzelblogger	0,001**	0,004	0,000
Journalistischer Hintergrund	0,024	0,014	0,025
Geschlecht	0,022	0,022	0,012
Transnationale Blogmerkmale (Index)	0,119**	0,003	0,005
Anzahl der beteiligten Blogger	0,383***	0,257**	0,225*
Anzahl kosmopolitischer Blogger	0,012	0,002	0,005
Anteil Gastautoren	0,215	0,505***	0,640***
Thematischer Schwerpunkt im Diskurs (Oberkategorien)	0,076	0,028	0,039

Mittelwert	3,74	0,42	0,19
Erklärte Varianz (R ²)	0,750	0,853	0,823
Erklärte Varianz (Korrigiertes R ²)	0,594	0,761	0,713

Mehrfaktorielle ANOVAs zur Bestimmung der Stärke der Haupteffekte. *p≤0,05; **p≤0,01; ***p≤0,001. ¹F-Wert(58, 93)= 4,802, p<0,000; ²F-Wert(58, 93)=9,3044, p<0,000; ³F-Wert(58, 93)=7,478, p<0,000.

Die Anzahl der Blogger hat ebenfalls einen signifikanten Einfluss auf das Zitieren internationaler politischer Sprecher. Einen noch stärkeren Effekt hat darüber hinaus die Anzahl von Gastautoren, die Postings auf einem Blog verfasst haben. In beiden Fällen gilt, je mehr Blogger bzw. Gastautoren, desto eher kommen Sprecher der internationalen Ebene zu Wort.

Auch auf das Zitieren supranationaler Sprecher haben die Anzahl der Blogger und die Anzahl der Gastautoren einen signifikanten Einfluss. Die Tendenz ist ebenfalls die gleiche wie bei der internationalen Ebene. Je mehr Blogger bzw. Gastautoren, desto häufiger werden Sprecher auf der supranationalen Ebene zitiert. Der Effekt der Gastautoren ist hier sogar noch stärker, als auf die internationale Ebene.

Insgesamt entscheiden offensichtlich eher ihre Ressourcen und Auswärtsorientierung darüber, wie stark die transnationale im Vergleich zur nationalen Ebene angesprochen wird, als die Nationalität oder Sprachraumzugehörigkeit der Blogs. Die Anzahl der Blogger ist als einziger Faktor für alle drei Politikebenen signifikant. Auf das Zitieren nationaler politischer Sprecher hat daneben noch die transnationale Ausrichtung eines Blogs in Form von transnationalen Blogmerkmalen einen signifikanten Effekt, während auf die Erwähnung transnationaler Sprecher die Anzahl der Gastautoren einen Einfluss hat.

Die verlinkten politischen Websites

Den dritten Indikator für die Beobachtung des Regierens bilden *die politischen Websites entlang der unterschiedlichen Politikebenen*, die von den Blogs in ihren Postings verlinkt werden. Im Gegensatz zu den beiden vorigen handelt es sich um einen internetspezifischen Indikator. In der untersuchten Stichprobe werden insgesamt 1.454 externe, verlinkte Websites codiert (488 einzigartige Linkziele; Kapitel 8.1.4). Von diesen wurden für die

folgenden Analysen lediglich die Websites mit politischem Inhalt berücksichtigt.¹⁶⁰ Übrig blieben folglich 780 (53,65%; davon 305 einzigartige Linkziele) verlinkte politische Websites.

Nur für 387 (49,6%) der 780 politischen Linkziele konnte die Bewertungsvariable codiert werden. In rund 45 Prozent der Fälle (n=347) wurde die verlinkte politische Website überhaupt nicht bewertet. Elf (2,8%) der politischen Websites werden kritisiert und 26 (6,7%) positiv bewertet. Nur in drei Fällen (2,8%) erfolgt eine ausgeglichene Bewertung. Die Verteilung der Bewertungen für die politische Website weicht dabei nicht sehr von der Verteilung über alle Linkziele ab. Bei den meisten verlinkten politischen Websites (n=243, 31,2%) handelt es sich um sonstige Internetangebote, gefolgt von anderen WiFi-Blogs (n=223, 28,6%). Knapp ein Fünftel der politischen Linkziele sind Internetableger einer Tages- oder Wochenzeitung (n=150, 19,2%), rund 13 Prozent sind Nachrichtenaggregatoren bzw. -plattformen (n=101). Bei jeweils um die drei Prozent der politischen Websites handelt es sich um andere Themenblogs (n=47, 3,2%) oder Internetableger einer Zeitschrift (n=26, 3,3%). Internetableger einer Nachrichtenagentur oder von Fernsehsendern sind nur in unter einem Prozent der Fälle vertreten. Auch hier weicht die Verteilung nur vereinzelt ab. WiFi-Blogs sowie Internetableger von Tages- oder Wochenzeitungen sind unter den politischen Websites etwas häufiger vertreten, als unter allen Linkzielen, andere Themenblogs und Internetableger von Zeitschriften, Fernsehsendern und Nachrichtenagenturen dagegen etwas seltener. Von den verlinkten politischen WiFi-Blogs stammt dabei mit 67 Prozent der Großteil aus der ursprünglichen Blogstichprobe. Lediglich bei 74 verlinkten WiFi-Blogs (33,2%) handelt es sich um externe Angebote.

Die meisten verlinkten politischen Websites lassen sich den USA zuordnen (n=229, 29,4%), gefolgt von Deutschland (n=161, 20,6%) und Großbritannien (n=123, 15,8%). Am vierthäufigsten werden politische Internetangebote aus Spanien verlinkt (n=108, 13,8%). Danach folgen die inter- (n=74, 9,5%) und supranationale (n=38, 4,9%) Ebene. Aus Australien, Irland, Kanada, Italien, Schweiz, Griechenland, Niederlande und Österreich stammen jeweils weniger als ein Prozent der politischen Linkziele. In zwei

¹⁶⁰ Um aus den 1.454 vollcodierten Websites die politischen Linkziele herauszufiltern, wurde auf die Variable des inhaltlichen Schwerpunkts der Website zurückgegriffen. Aufgrund der unscharfen Angebotsgrenzen im Internet und der dadurch erschwerten inhaltlichen Zuordnung von Websites, wurde an dieser Stelle ein weiteres Verständnis von Politik und Governance vertreten. In Anbetracht des spezifischen untersuchten Diskurses wurden neben Websites mit dem inhaltlichen Schwerpunkt „Politik/Wahlkampf/Parteien“ (n=106, 13,6%) auch solche mit dem Schwerpunkt „Wirtschaft/Finanzen“ (n=674, 86,4%) berücksichtigt.

Fällen konnte die Nationalität der politischen Website nicht eindeutig bestimmt werden. Im Wesentlichen entspricht das der Verteilung aller verlinkten Websites über die verschiedenen Nationen, mit kleineren Abweichungen. US-amerikanische und spanische politische Websites sind im Verhältnis etwas seltener und deutsche und supranationale politische Websites dagegen etwas häufiger verlinkt. Auf britische politische Websites wird mehr als doppelt so häufig verwiesen als es unter den allgemeinen Websites der Fall ist.

Das Verhältnis der Nationalität der verlinkten politischen Website zu der des Blogs ist ähnlich wie das aller Linkziele. Etwas mehr als die Hälfte (410, 52,6%) der verlinkten politischen Websites gehört einer anderen Nation an als der Blog selbst.

Mit rund 62 Prozent ist die Mehrheit der politischen Linkziele englischsprachig (n=484). Deutsch- oder spanischsprachig sind nur rund 20 (n=154) bzw. 16 Prozent (n=126) der verlinkten politischen Internetangebote. Bei acht Linkzielen (1,0%) handelt es sich um anders- und bei zwei (0,3%) um mehrsprachige politische Websites. Für 6 (0,8%) Linkziele konnte die Sprache nicht eindeutig bestimmt werden. Unter den politischen Websites lassen sich folglich noch mehr englischsprachige Angebote finden, als unter den gesamten Linkzielen. Dieser größere Anteil kommt vor allem auf Kosten der spanisch-, anders- und mehrsprachigen Websites zustande. Die Dominanz englischsprachiger Angebote verstärkt sich unter den politischen Linkzielen also noch weiter. Beim Großteil der verlinkten politischen Websites stimmt die Sprache des Linkziels mit der dominierenden Blogsprache überein. In 641 Fällen (82,2%) gehören sie demselben Sprachraum an.

Dementsprechend ist der überwiegende Teil der politischen Verlinkungen intralingual, verläuft also innerhalb desselben Sprachraums (n=654, 83,8%). Interlingual sind lediglich rund 15 Prozent (n=119) der Verlinkungen auf politische Websites. In sieben Fällen (0,9%) konnte das Verhältnis nicht eindeutig bestimmt werden. Bei den interlingualen Verweisen handelt es sich in 50 Fällen (42,0%) um schlichte Verweise ohne inhaltliche Bearbeitung, in 31 Fällen (26,1%) um Zitate und in 26 Fällen (21,8%) um die Inklusion fremdsprachiger Texte ohne Übersetzung in das eigene Posting. Nur in zwölf Fällen (10,1%) leistet der Autor eine Form der Übersetzung. Nur in zwei Fällen (0,3%) wurde mithilfe einer Übersetzungssoftware auf das politische Linkziel verwiesen. Die Anteile der politischen Websites entsprechen im Wesentlichen der Verteilung aller Linkziele. Unter den interlingualen Verweisen auf politische Angebote finden sich etwas häufiger Inklusionen und etwas seltener Übersetzungen.

Die Tabelle A27 (Anhang) beinhaltet *die Top-25 der am häufigsten verlinkten politischen Websites*. Bei diesen Websites, handelt es sich um Internetableger von Wirtschaftszeitungen und -zeitschriften. Insgesamt enthält die Liste sechs solcher Angebote. Generell besteht die Top-25 überwiegend aus den Websites von politischen Institutionen verschiedener europäischer Länder und der USA sowie der inter- und supranationalen Ebene. Neben Wirtschaftszeitungen und Institutionen sind andere WiFi-Blogs sehr präsent unter den am häufigsten verlinkten politischen Websites. Auch hier bestätigt sich die starke Selbstreferenzialität der Wirtschafts- und Finanzblogosphäre. Über zwei Drittel der politischen Linkziele lassen sich auf nationaler und nur vier auf inter- und drei auf supranationaler Ebene verorten.

Auch für den dritten Indikator wurde geprüft, inwiefern sich die verschiedenen Sprachräume und Nationen hinsichtlich seiner Anwendung unterscheiden. Zwischen der Sprachraumzugehörigkeit und der Politikebene der verlinkten politischen Website besteht ein hoch signifikanter Zusammenhang, auch wenn es sich nur um einen kleinen Effekt handelt (Anhang A28). Für zwei der verlinkten politischen Websites konnte die Sprachraumzugehörigkeit nicht eindeutig bestimmt werden. Insgesamt zeigt sich das von Wessler et al. (2008) propagierte Muster einer dominanten nationalen politischen Verlinkung und einer weniger ausgeprägten transnationalen. Allerdings scheint das Verhältnis im Internet besonders stark zugunsten der nationalen Ebene auszufallen. Hier weisen deutschsprachige Blogs ein besonders unausgeglichenes Verhältnis auf. Ihre Verlinkungen zielen gar nicht auf die supra- und nur in drei Prozent der Fälle auf die internationale Ebene ab. Spanischsprachige Blogs verlinken im Vergleich noch am stärksten transnational, wobei sie eher auf politische Websites der inter- als der supranationalen Ebene verweisen. Englischsprachige Angebote verlinken ebenfalls noch eher die inter- als die supranationale Ebene. Es zeigt sich also insgesamt nur eine geringe vertikale transnationale Entgrenzung.

Auch der Zusammenhang zwischen der Nationalität¹⁶¹ des Blogs und der Politikebene der verlinkten politischen Website ist hoch signifikant bei einem kleinen Effekt (Anhang A29). Das für die verschiedenen Sprachräume beschriebene Muster kann hier noch weiter spezifiziert werden. Deutsche und schweizerische Blogs unterscheiden sich nicht wesentlich voneinander hinsichtlich der transnationalen Verlinkungspraxis. Blogs beider Nationen verweisen nicht auf die supra- und nur vereinzelt auf die internationale Ebene, wobei schweizerische Blogs sie noch eher verlinken. US-

¹⁶¹ Hier wurde wieder auf die reduzierten Nationen zurückgegriffen (n=118). Darunter sind 31 deutsche, 5 schweizerische, 21 spanische, 42 US-amerikanische, 18 britische und ein internationaler Blog.

amerikanische Blogs betonen die nationale Politikebene ähnlich stark, verlinken darüber hinaus aber auch auf inter- und supranationale politische Websites. Auf die internationale Politikebene verweisen sie dabei fast dreimal so häufig wie auf die supranationale. Spanische Blogs verlinken etwas seltener auf nationale und noch stärker auf inter- und supranationale politische Websites, wobei auch hier die internationale Ebene fast doppelt so häufig vertreten ist wie die supranationale. Britische und internationale Blogs verlinken am seltensten auf nationale und am häufigsten auf transnationale politische Websites. Wenig überraschend verlinken die internationalen Blogs noch am häufigsten auf internationale politische Internetangebote. Die britischen Blogs dagegen berücksichtigen die inter- und die supranationale Ebene fast ähnlich stark. Auch in Bezug auf die Nationalitäten der Blogs ist die vertikale Entgrenzung nicht so stark repräsentiert.

Für den dritten Indikator wurden ebenfalls mithilfe einer Varianzanalyse mögliche Einflussfaktoren überprüft (Tabelle 8). Das Zitieren politischer Linkziele der nationalen ($KS=0,281$, $df=208$, $p<0,000$), internationalen ($KS=0,460$, $df=208$, $p<0,000$) und supranationalen Politikebenen ($KS=0,513$, $df=208$, $p<0,000$) ist ebenfalls nicht normalverteilt, aber auch hier handelt es sich um eine ausreichend große Stichprobe. Für die Anzahl nationaler (Levene-Test: $F=1,542$, $p=0,056$) und internationaler (Levene-Test: $F=0,637$, $p=0,967$) politischer Linkziele liegt jeweils Varianzhomogenität vor, für die supranationale Ebene dagegen nicht (Levene-Test: $F=2,119$, $p=0,003$). An die Einflussfaktoren auf supranationale politische Websites muss demnach ein höheres Signifikanzniveau angelegt werden. Für alle drei Politikebenen sind die Gesamtmodelle jeweils signifikant. In Bezug auf das Verlinken nationaler politischer Websites erklärt das Modell 49 Prozent der Streuung um den Mittelwert. Für internationale Linkziele sind es sogar nur 46 Prozent.

Die Varianz des supranationalen Modells wird dagegen zu 95 Prozent erklärt. Für die nationale und internationale Ebene liegt die Erklärungskraft der Blogmerkmale jeweils unter der für die vorigen Indikatoren. Hier scheinen andere Faktoren relevanter, die im Rahmen dieser Arbeit nicht untersucht wurden. Die Verlinkung supranationaler politischer Websites scheint dagegen sehr gut mithilfe von Blogmerkmalen erklärt werden zu können. Auf das Verlinken *nationaler politischer Websites* hat die Nationalität des Blogs den größten Einfluss. Ist der Blog deutsch oder schweizerisch verlinkt er die nationale Ebene häufiger. Daneben spielt der überwiegende thematische Schwerpunkt eines Blogs eine wichtige Rolle.

Tab. 8: Einflussfaktoren auf die Anzahl der verlinkten politischen Websites der unterschiedlichen Politikebenen je Blog (n=208)

Unabhängige Variablen	Abhängige Variable: Anteil der erwähnten ... je Blog		
	Nationale verlinkte politische Websites ¹	Internationale verlinkte politische Websites ²	Supranationale verlinkte politische Websites ³
	Eta ²	Eta ²	Eta ²
Dominierende Blogsprache	0,000	0,000	0,000
Nationalität des Blogs (eindeutig)	0,209**	0,082	0,088
Art des Wirtschafts- und Finanzblogtyps	0,023	0,005	0,043*
Kollektiv vs. Einzelblogger	0,001	0,012	0,022
Journalistischer Hintergrund der Blogger	0,004	0,033	0,082*
Geschlecht	0,008	0,020	0,078*
Transnationale Blogmerkmale (Index)	0,064*	0,076*	0,013
Anzahl der beteiligten Blogger	0,163	0,121	0,317***
Anzahl kosmopolitischer Blogger	0,434	0,007	0,089*
Anteil von Gastautoren je Blog	0,008***	0,407***	0,948***
Thematischer Schwerpunkt im Diskurs (Oberkategorien)	0,158**	0,030	0,018
Mittelwert	3,33	0,31	0,17

Erklärte Varianz (R ²)	0,683	0,665	0,969
Erklärte Varianz (Korrigiertes R ²)	0,485	0,455	0,950

Mehrfaktorielle ANOVAs zur Bestimmung der Stärke der Haupteffekte. *p≤0,05; **p≤0,01; ***p≤0,001. ¹F-Wert(58,93)=3,452, p<0,000; ²F-Wert(58,93)= 3,177, p<0,000; ³F-Wert(58,93)= 50,077, p<0,000.

Im Kontext der Krise der Eurozone wird häufiger auf die nationale Ebene verlinkt. Das mag vor allem auch an der intensiven Diskussion der Krisenländer liegen. Die Anzahl transnationaler Blogmerkmale zeigt ebenfalls einen signifikanten, wenn auch nur mittleren Effekt. Je mehr transnationale Merkmale ein Blog aufweist, desto seltener verlinkt er die nationale politische Ebene. Der Anteil an Gastautoren hat zwar einen signifikanten Einfluss auf die Verlinkung nationaler politischer Websites, die Effektstärke ist aber gering.

Auf den Verweis auf *internationale Linkziele* haben nur der Anteil von Gastautoren sowie die Anzahl transnationaler Blogmerkmale einen signifikanten Einfluss, wobei ersterer Faktor einen starken und letzterer einen mittleren Effekt aufweisen. Je mehr Gastautoren Postings auf einem Blog verfassen, desto häufiger wird auf internationale politische Linkziele verwiesen. In Bezug auf die transnationalen Blogmerkmale liegt der entscheidende Unterschied zwischen Blogs, die gar keine derartigen Merkmale aufweisen, und Angeboten mit zwei transnationalen Merkmalen. Letztere verlinken häufiger auf die internationale Ebene.

Auf die *supranationale Politikebene* haben viele unterschiedliche Blogmerkmale einen signifikanten Einfluss, allerdings überschreiten nur zwei von ihnen das Fünf-Prozent-Signifikanzniveau. Da für die supranationale Ebene keine Varianzhomogenität gegeben ist, können daher nur Effekte oberhalb dieser Signifikanzschwelle berücksichtigt werden. Für die anderen Faktoren könnte ansonsten nicht ausgeschlossen werden, dass ihr Einfluss überschätzt wird.

Tab. 9: Überblick über die Einflussfaktoren auf die Indikatoren der Dimension Beobachtung des Regierens

Unabhängige Variable	Abhängige Variablen								
	Bezugnahmen auf Institutionen/ Organisationen			Zitierte politische Sprecher			Verlinkte politische Websites		
	Nat.	Internat.	Supra-nat.	Nat.	Internat.	Supra-nat.	Nat.	Internat.	Supra-nat.
Dominierende Blogsprache	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Nationalität des Blogs (eindeutig)	–	+++	–	–	–	–	+++	–	–
Art des Wirtschafts- und Finanzblogtyps	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Kollektiv vs. Einzelblogger	–	–	++	–	–	–	–	–	–
Journalistischer Hintergrund der Blogger	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Geschlecht	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Transnationale Blogmerkmale (Index)	+++	–	+++	++	–	–	++	++	–
Anzahl der beteiligten Blogger	–	–	–	+++	+++	+++	–	–	+++
Anzahl kosmopolitischer Blogger	–	–	–	–	–	–	–	–	–

Anteil von Gastautoren je Blog	+++	+++	+++	-	+++	+++	-	+++	+++
Thematischer Schwerpunkt im Diskurs (Oberkategorien)	-	-	-	-	-	-	+	-	-

+=(mind.) signifikanten kleinen Effekt ($\eta^2=0,010-0,059$); +=(mind.) signifikanten mittleren Effekt ($\eta^2=0,060-0,139$); +++=(mind.) signifikanten großen Effekt ($\eta^2 \geq 0,140$); - =keinen signifikanten Effekt; Effektstärken nach Cohen (1988). Signifikante Effekte auf dem 0,05-Niveau wurden nur für diejenigen abhängigen Variablen berücksichtigt in denen die Bedingung der Varianzhomogenität erfüllt wurde.

Einen hoch signifikanten und starken Effekt auf das Verlinken supranationaler Websites hat insbesondere der Anteil von Gastautoren. Auch für diese Ebene gilt, je mehr Gastautoren auf einem Blog eine Rolle spielen, desto häufiger wird auf die supranationale politische Ebene verwiesen. Daneben hat die Anzahl der Blogger einen großen Einfluss. Je mehr Blogbetreiber ein Angebot besitzt, desto öfter ist das verlinkte politische Linkziel supranational.

Insgesamt haben auf den internetspezifischen Indikator entlang der drei Politikebenen unterschiedlichere Blogmerkmale einen Einfluss, als auf die klassischen Indikatoren (Tabelle 9). Der Anteil an Gastautoren ist das einzige Merkmal, das einen signifikanten Einfluss auf alle drei Politikebenen ausübt, auch wenn es für die nationale Ebene aufgrund zu geringer Effektstärke nicht berücksichtigt werden kann. Die drei Ebenen werden überwiegend von voneinander abweichenden Faktoren erklärt. Allgemein wird wieder die Rolle von insbesondere personellen Ressourcen und einer generellen transnationalen Ausrichtung des Blogs deutlich, die auch schon hinsichtlich der beiden klassischen Indikatoren relevant waren. Das Verlinken der nationalen Politikebene weicht etwas ab. Hier hängt die Häufigkeit der Verlinkung zusätzlich noch von der nationalen Zugehörigkeit sowie dem thematischen Schwerpunkt des Blogs ab. Ansonsten scheint die Verlinkungspraxis auf die drei Politikebenen allerdings sprachraum- und nationalitätenübergreifend zu sein

Beantwortung der Forschungsfragen und Hypothesen (I)

Die verschiedenen Sprachräume unterscheiden sich signifikant hinsichtlich der Bezugnahme auf Institutionen bzw. Organisationen und der Verlinkung politischer Websites. Der Zusammenhangseffekt ist aber allenfalls klein. Bei allen drei Indikatoren der ersten Dimension ist die nationale Ebene gegenüber den beiden transnationalen Ebenen dominant. Bei den Bezugnahmen auf Institutionen bzw. Organisationen zeigt die nationale Ebene einen Anteil von etwas über der Hälfte der Bezüge. Bei den anderen beiden Indikatoren sind es sogar um die 80 Prozent. Am stärksten dominiert die nationale Ebene beim internetspezifischen Indikator.

Spanischsprachige Blogs weisen den größten Anteil internationaler Institutionen oder Organisationen auf, während der Anteil bei englisch- und vor allem deutschsprachigen Angeboten geringer ist. Bei den supranationalen Institutionen ist es umgekehrt. Hier haben die deutschsprachigen Blogs den größten Anteil an ihren Bezugnahmen, gefolgt von englisch- und spanischsprachigen Angeboten. Englischsprachige Blogs liegen also jeweils

im Mittelfeld und nicht wie in der ersten Hypothese (*H1.1*) angenommen auf dem letzten Platz.

Auch bei der Verlinkung der internationalen Politikebene zeichnen sich die spanischsprachigen Blogs durch den größten Anteil unter ihren Postings aus, gefolgt von englischsprachigen Blogs. Deutschsprachige Angebote berücksichtigen diese Ebene dagegen anteilig wesentlich weniger. Die supranationale Ebene wird von deutschsprachigen Blogs gar nicht verlinkt, während unter den spanischsprachigen Angeboten der Anteil doppelt so groß ist wie bei den englischsprachigen. Auch hier liegen die englischsprachigen Blogs folglich im Mittelfeld, anstatt das Schlusslicht zu bilden.

Das Zitieren politischer Sprecher variiert dagegen nicht signifikant zwischen den drei untersuchten Sprachräumen und scheint folglich eine transkulturelle Praxis zu sein. Neben der dominanten nationalen Ebene wird anteilig etwas weniger auf die internationale Ebene Bezug genommen, als auf die supranationale.

Alle drei Indikatoren werden also von den drei untersuchten *Sprachräumen* verwendet (FF1a), zwei der drei Indikatoren dabei signifikant unterschiedlich (FF1b). Die Bezugnahme auf politische Institutionen sowie politische Websites der verschiedenen Politikebenen hängt folglich von der Sprachraumzugehörigkeit des Blogs ab. Im Mittel über alle drei Indikatoren hinweg beträgt der Anteil nationaler Bezüge rund 73, und derjenige transnationaler Bezüge rund 27 Prozent, wobei der erste Indikator eine stärkere transnationale Entgrenzung aufweist, als die beiden anderen, allen voran der internetspezifische Indikator.

Bei den *Nationen* zeigt sich ein ähnliches Bild, was wenig überrascht, da die Nationen aufgrund der Stichprobenziehung ja auf den Sprachräumen basieren. Für den Vergleich wurden aber lediglich die fünf Nationen mit mehr als fünf Blogs in der Ursprungs-Stichprobe herangezogen. Hier dominiert ebenfalls die nationale Politikebene über alle drei Indikatoren hinweg, am schwächsten wieder bei den Bezugnahmen auf politische Institutionen und am stärksten bei dem internetspezifischen Indikator der Verlinkung auf politische Websites. Alle drei Indikatoren werden von allen untersuchten Nationen verwendet (FF1a). Bei ihrer Verwendung unterscheiden sie sich durchweg signifikant voneinander (FF1b).

Den größten Zusammenhang mit der nationalen Zugehörigkeit eines Blogs zeigt der Verlinkungs-Indikator, der kleinste Zusammenhang besteht bei den Bezugnahmen auf Institutionen und Organisationen. Alle Effekte befinden sich allenfalls auf einem schwachen Niveau. Bei den Bezugnahmen auf Institutionen und Organisationen weisen spanische Blogs den größten Anteil internationaler, schweizerische und britische Blogs den größten

Anteil hinsichtlich der supranationalen Ebene auf. Damit bewahrheitet sich auch die zweite Hypothese (*H1.2*) nicht. Blogs aus EU-Mitgliedsländern sind nicht per se transnationaler als die Angebote anderer Länder. Gerade die schweizerischen Blogs übertreffen hier die Erwartungen, während außer den spanischen Angeboten die anderen EU-Blogs den an sie gestellten Erwartungen nicht gerecht werden.

In Bezug auf die zitierten politischen Sprecher der internationalen Ebene weisen spanische und US-amerikanische Blogs den größten Anteil ihrer Verweise auf. Bei den supranationalen zitierten Politikern sind es britische, spanische und schweizerische Angebote. Auch für diesen Indikator bestätigt sich demnach die zweite Hypothese (*H1.2*) nicht.

Bei dem Indikator der Verlinkung auf politische Websites besitzen jeweils britische und spanische Blogs den größten Anteil inter- und supranationaler Verweise. Aber auch hier durchbrechen Blogs anderer EU-Länder, allen voran deutsche Angebote, das angenommene Muster. Nimmt man die deutschen Blogs aus dem Vergleich heraus, findet sich in Bezug auf den internetspezifischen Indikator aber noch am ehesten die zweite Hypothese (*H1.2*) bestätigt.

Insgesamt zeigt sich für die erste Dimension ein beständiges Ausmaß an Transnationalität, das auch bereits der bei Wessler et al. (2008) geäußerten erwartbaren Verteilung entspricht. Die nationale Ebene ist vorherrschend, wird aber von einem Anteil transnationaler Entgrenzung begleitet, der bei rund einem Drittel der Bezugnahmen und Verweise liegt. Der transnationale Anteil liegt somit im Großen und Ganzen leicht über dem für traditionelle Massenmedien ermittelten Anteil. Der internetspezifische Indikator zeigt aber einen geringeren Grad vertikaler transnationaler Entgrenzung, als die beiden klassischen Indikatoren. Anscheinend werden die vertikalen, transnationalen Potenziale des Internets vor allem entlang von Indikatoren genutzt, die auch schon in traditionellen Massenmedien Verwendung fanden, während internetspezifische Indikatoren noch stärker von kulturellen und nationalen Grenzen der Angebote abhängig sind.

Die Betrachtung des Zusammenspiels verschiedener Einflussfaktoren auf die Verwendung der einzelnen Indikatoren und Politikebenen relativiert die Bedeutung der nationalen und Sprachraumzugehörigkeit der Blogs weiter (FF1b). Von größerer Relevanz sind Einflussfaktoren, die sich auf Ressourcen und eine generelle transnationale Ausrichtung des Blogs beziehen. Über alle Indikatoren hinweg beeinflusst insbesondere der Anteil an Gastautoren die Verwendung des Indikators entlang der verschiedenen Ebenen. Gastautoren stehen für die personellen Ressourcen, die einem Angebot zur Verfügung stehen. Je mehr ein Angebot besitzt, desto stärker entgrenzt es

sich vertikal transnational. Daneben haben noch die Anzahl der Blogbetreiber sowie die Anzahl transnationaler Blogmerkmale einen positiven Einfluss auf die vertikale Entgrenzung des Diskurses. Die Sprachraumzugehörigkeit hat keinen Effekt auf die verschiedenen Politikebenen der drei Indikatoren der ersten Dimension. Die Nationalität beeinflusst lediglich die Bezugnahme auf internationale Institutionen. Spanische Blogs beziehen sich häufiger auf diese Ebene als die der anderen Nationen. Zwischen den beiden klassischen und dem internetspezifischen Indikator zeigen sich keine erheblichen Unterschiede im Hinblick auf die Einflussfaktoren.

Insgesamt unterscheiden sich die Sprachräume und Nationen also hinsichtlich der Verwendung der meisten Indikatoren signifikant voneinander, so dass angenommen werden kann, dass nationale und kulturelle Grenzen in dem untersuchten Ausschnitt des Internets durchaus noch eine bedeutende Rolle spielen. Im Zusammenspiel mit anderen Strukturierungsmerkmalen, wie den verschiedenen Blogcharakteristika, treten die nationale und kulturelle Zugehörigkeit aber in den Hintergrund. Die Ressourcenstärke und generelle transnationale Ausrichtung eines Blogs beeinflussen in erster Linie die transnationale Entgrenzung des Blogdiskurses.

8.2.2 Diskursive Integration bzw. Vernetzung

Die zweite Dimension bezieht sich auf die tatsächliche Vernetzung zwischen verschiedenen nationalen und kulturellen öffentlichen Sphären und misst, inwiefern sie sich tatsächlich miteinander verbinden. Im Vordergrund steht dabei die horizontale transnationale Entgrenzung von Öffentlichkeiten (Kapitel 2.4.2). Diese Vernetzungsdimension wird ebenfalls mithilfe zweier, im Kontext traditioneller Massenmedien bereits geprüfter Indikatoren, *primäre geografische Bezugnahmen* in den Blogbeiträgen und die *zitierten Sprecher* gemessen. Ergänzt werden die beiden klassischen Indikatoren erneut von einem internetspezifischen Indikator, den *verlinkten Websites*.¹⁶² Für jeden Indikator ist dabei primär das Verhältnis zur Nationalität des Blogs von Interesse, also inwiefern es sich bei der geografischen Bezugnahme, dem zitierten Sprecher oder dem verlinkten Internetangebot um die gleiche Nation des Blogs handelt, oder ob die Indikatoren auf eine

¹⁶² Im Gegensatz zur ersten Dimension (Beobachtung des Regierens) geht es im Rahmen dieser Dimension nicht nur um den engeren Bereich der *politischen* Sprecher bzw. Linkziele, sondern um *die gesamten von den Blogs zitierten Sprecher bzw. verlinkten Websites* im Untersuchungszeitraum.

andere Nation verweisen. Da auch genuin inter- oder supranationale Sprecher bzw. Websites Bestandteil des Diskurses der WiFi-Blogs sind, wurden für die beiden letzteren Indikatoren diese beiden Ebenen hinzugenommen. Es war schließlich auch denkbar, dass ein internationaler Blog ohne eine Ebenengrenze zu überschreiten beispielsweise einen internationalen Sprecher zitiert.

Primäre geografische Bezugnahmen

Allgemein wurden über alle 1.169 Postings hinweg 2.327 *primäre geografische Bezugnahmen* codiert. Dabei handelt es sich um die Erwähnung anderer Länder zu Beginn des Postings. Nach Abzug der Dubletten bleiben nur noch 60 unterschiedliche Nationen übrig. Von den 2.327 geografischen Bezugnahmen entfällt über ein Viertel auf Spanien, gefolgt von Griechenland in knapp einem Fünftel und Deutschland in über einem Zehntel der Fälle. Damit beziehen sich die meisten Blogs vor allem auf die Gegenpole von Krisen- und Geberländern im Rahmen der Eurokrise. Daneben spielen unter anderen noch die USA, verschiedene weitere europäische Länder, China und Japan eine bedeutende Rolle unter den geografischen Bezugnahmen (Anhang A31). Bei über der Hälfte der geografischen Bezugnahmen handelt es sich um OECD-Länder und 25 der 27 EU-Mitgliedsstaaten sind vertreten. Rund 18 Prozent (n=11) der geografischen Bezugnahmen sind englischsprachig, gefolgt von rund zwölf Prozent (n=7) spanisch- und rund acht Prozent (n=5) deutschsprachigen Bezugnahmen. Weit über die Hälfte der geografischen Bezugnahmen (n=37, 61,7%) können anderen Sprachräumen zugeordnet werden.

In einem weiteren Schritt wurde überprüft, ob ein signifikanter Zusammenhang zwischen der nationalen bzw. Sprachraumzugehörigkeit eines Blogs und seiner primären geografischen Bezugnahmen besteht. Hierfür musste für jede geografische Bezugnahme das Verhältnis zur Nationalität des Blogs bestimmt werden. Nur in rund 17 Prozent dieser Fälle stimmen geografische Bezugnahme und Nationalität des Blogs überein, während sie in 83 Prozent voneinander abweichen.

Der Zusammenhang zwischen der Sprachraumzugehörigkeit eines Blogs und den geografischen Bezugnahmen erweist sich als höchst signifikant bei mittlerer Effektstärke (Anhang A32). Deutsch- und englischsprachige Blogs ähneln sich hinsichtlich der Nationen auf die sie sich beziehen. Die Blogs der beiden Sprachräume beziehen sich in rund 90 Prozent der Fälle auf eine fremde Nation und nur in rund zehn Prozent auf die eigene. Hier

zeigt sich eine starke horizontale Transnationalität des Diskurses. Die spanischsprachigen Blogs sind im Vergleich selbstreferentieller. Sie beziehen sich nur in rund 60 Prozent der Fälle auf eine fremde und dafür in rund 40 Prozent auf die eigene Nation. Diese Abweichung ist sicherlich der Auswahl des Untersuchungszeitraumes geschuldet, in dem Spanien im Zentrum der Krise stand.

Die Nationalitäten der Blogs unterscheiden sich ebenfalls hoch signifikant voneinander bei mittlerer Effektstärke (Anhang A33). Hierfür wurde das Sample zwecks Vergleichbarkeit auf die fünf reduzierten Blognationen sowie die internationale Ebene reduziert ($n=1969$). Insgesamt weichen rund 81 Prozent der geografischen Bezugnahmen von der Blognation ab und nur in rund 19 Fällen stimmen sie überein.

Wessler et al. (2008) messen in dieser Dimension und unter anderem für diesen Indikator einen hohen, wenn auch stagnierenden horizontalen Transnationalisierungsgrad. Rund die Hälfte der Artikel enthält eine Bezugnahme auf eine andere Nation als die der untersuchten Qualitätszeitungen (Kapitel 2.2.2). Die Blogs übertreffen die Zeitungen hinsichtlich der Bezugnahmen auf andere Länder bei weitem.

Der Blick auf die einzelnen Nationen der Blogs konkretisiert dabei den Eindruck, der bereits im Kontext der Sprachräume gewonnen werden konnte. Von dem allgemeinen Muster einer starken horizontalen Transnationalität in über 80 Prozent der Fälle weichen insbesondere die spanischen, schweizerischen und internationalen Blogs ab. Internationale Blogs können sich bei diesem Indikator gar nicht auf die eigene Ebene beziehen, da nur konkrete Nationen als geografische Bezugnahmen codiert wurden. Den schweizerischen Blogs wäre das aber durchaus möglich gewesen. Dennoch beziehen sie sich in ihren Beiträgen kein einziges Mal auf die eigene und durchweg auf andere Nationen. Die spanischen Blogs zeigen, wie bereits die spanischsprachigen Blogs, die geringste horizontale Transnationalität und setzen sich stark mit der eigenen Nation auseinander. Das kann höchstwahrscheinlich ebenfalls der Auswahl des Untersuchungszeitraums mit der prominenten Rolle Spaniens zugeschrieben werden. Insgesamt findet in den Postings aber anscheinend eine intensive Auseinandersetzung mit anderen Ländern statt.

Analog zur ersten Dimension wurde für die Verwendung des Indikators der geografischen Bezugnahmen ebenfalls der Einfluss der verschiedenen Blogmerkmale (Kapitel 8.2.1) mithilfe von Varianzanalysen getestet. Lediglich 192 der 208 Blogs nahmen überhaupt auf andere Länder Bezug. Im Durchschnitt bezog sich ein Blog 1,98 Mal ($SD=3,742$) auf die eigene und

9,30 Mal (SD=18,299) auf eine fremde Nation.¹⁶³ Die Gesamtmodelle für die beiden Arten der geografischen Bezugnahme sind jeweils hoch signifikant (Tabelle 10). Verweise auf die eigene Nation erklärt das Modell zu rund 56 Prozent und Bezüge zu einer anderen Nation sogar zu 73 Prozent. Für die Bezugnahmen auf fremde Nationen erklären die untersuchten Blogmerkmale folglich mehr der Varianz.

Vier Blogmerkmale weisen einen signifikanten Effekt auf *die Bezugnahme auf die eigene Nation* auf. Den größten Effekt hat die Anzahl der Blogger, gefolgt von dem Anteil Gastautoren je Blog. In beiden Fällen nehmen die Bezugnahmen auf die eigene Nation ab, je mehr Blogbetreiber bzw. Gastautoren beteiligt sind. Daneben besitzt der Finanzblogtyp diesbezüglich einen hoch signifikanten Einfluss. Laut der Post-hoc-Tests (Hochberg) beziehen sich unabhängige Blogs häufiger auf die eigene Nation, als medienintegrierte Blogs.

Während diese drei Faktoren starke Effekte aufweisen, zeigt der vierte Einflussfaktor der transnationalen Blogmerkmale nur eine mittlere Effektstärke. Es unterscheiden sich vor allem Blogs, die gar keine transnationalen Merkmale besitzen, von denen, mit besonders vielen dieser Merkmale. Erstere beziehen sich häufiger auf die eigene Nation. Auf die Bezugnahmen auf die eigene Nation wirken sich vor allem Ressourcenunterschiede der Blogs aus. Weniger Blogger oder Gastautoren sowie der fehlende Rückhalt einer redaktionellen Einbindung fördern eher den Fokus auf die eigene Nation. Daneben spielt auch die generelle Auslandsorientierung eines Blogs eine wichtige Rolle. Indem transnationale Merkmale, wie beispielsweise andere Sprachversionen in das Angebot integriert werden, nimmt der Fokus auf die eigene Nation ab.

Auf die *Bezugnahme auf fremde Nationen* haben ebenfalls vier Faktoren einen signifikanten und starken Einfluss. Mit Ausnahme eines Faktors kommt es zu Überschneidungen mit dem vorigen Modell, allerdings variiert die Effektstärke.

¹⁶³ Weder die geografischen Bezugnahmen der Blogs auf die eigene (KS=0, 298, df=192, p<0,000), noch auf eine fremde Nation sind normalverteilt (KS=0,306, df=192, p<0,000). Dank ausreichend großer Gruppengrößen ist die Varianzanalyse dieser Regelverletzung gegenüber aber robust. Für die Verweise auf fremde Nationen ist Varianzhomogenität gegeben (Levene-Test: F=0,732, p=0,899), für die eigene Nation dagegen nicht (Levene-Test: F=7,441, p=0,000). Für letzteres Varianzmodell muss demnach die Signifikanzschwelle für die einzelnen Faktoren über dem Fünf-Prozent-Niveau liegen.

Tab. 10: Einflussfaktoren auf die Anzahl der geografischen Bezugnahmen je Blog (n=192)

Unabhängige Variablen	Abhängige Variable: Anzahl der erwähnten ... je Blog	
	Nationalen geografischen Bezugnahmen auf die eigene Nation ¹ Eta ²	Nationalen geografischen Bezugnahmen auf eine fremde Nation ² Eta ²
Dominierende Blogsprache	0,000	0,000
Nationalität des Blogs (eindeutig)	0,113	0,135
Art des Wirtschafts- und Finanzblogtyps	0,140***	0,019
Kollektiv vs. Einzelblogger	0,001	0,022
Journalistischer Hintergrund der Blogger	0,021	0,004
Geschlecht	0,015	0,027
Transnationale Blogmerkmale (Index)	0,113**	0,164***
Anzahl der beteiligten Blogger	0,447***	0,203*
Anzahl kosmopolitischer Blogger	0,009	0,002
Anteil von Gastautoren je Blog	0,294**	0,594***
Thematischer Schwerpunkt im Diskurs (Oberkategorien)	0,093	0,165**
Mittelwert	1,98	9,3
Erklärte Varianz (R ²)	0,732	0,835
Erklärte Varianz (Korrigiertes R ²)	0,564	0,733

Mehrfaktorielle ANOVAs zur Bestimmung der Stärke der Haupteffekte. *p≤0,05; **p≤0,01; ***p≤0,001. ¹F-Wert(58,93)=4,371, p<0,000; ²F-Wert(58,93)=8,130, p<0,000.

Den größten Effekt weist der Anteil an Gastautoren auf, gefolgt von der Anzahl der Blogbetreiber. Dabei zeigt sich die umgekehrte Beeinflussungsrichtung. Je mehr Blogger bzw. je höher der Anteil an Gastautoren, desto mehr nimmt der Blog auf das Ausland Bezug.

Der drittstärkste Effekt zeigt sich bei dem vorherrschenden thematischen Schwerpunkt des Blogs. Insbesondere Blogs die sich überwiegend mit der Krise der Eurozone oder der globalen Staatsschuldenkrise befassen, beziehen sich häufiger auf andere Nationen. Als letzter Einflussfaktor sind wiederum die transnationalen Blogmerkmale relevant. Wie bei dem Vorgängermodell unterscheiden sich die Blogs ohne transnationale Merkmale von denen mit zwei Merkmalen. Blogs mit vielen transnationalen Merkmalen beziehen sich dabei weniger auf andere Nationen. Für sie scheint eine horizontale Transnationalisierung nicht so interessant zu sein. Für die Bezugnahmen auf fremde Nationen ist also neben Ressourcen und einer generellen transnationalen Orientierung des eigenen Angebots auch noch der thematische Fokus relevant.

Die zitierten Sprecher

Der zweite Indikator dieser Dimension zielt auf die *zitierten Sprecher* und ihre jeweilige Nationalität ab. Die nationale Zugehörigkeit konnte für 1.849 Sprecher codiert werden (Kapitel 8.1.3). Für diesen Indikator ist vor allem das Verhältnis der Nationalität des Sprechers zu der des Blogs relevant. Zusätzlich wurde noch die inter- und supranationale Ebene separat erfasst. Das Verhältnis der Nationalitäten von Blog und zitiertem Sprecher inklusive der inter- und supranationalen Ebenen konnte somit in 1.708 Fällen eindeutig bestimmt werden.¹⁶⁴ Die fehlenden Fälle liegen zumeist daran, dass die Nationalität des Blogs und seltener des Sprechers nicht eindeutig bestimmt werden konnte. Davon beziehen sich 1.450 Fälle auf die nationale Ebene. Nur in 637 (43,93%) von diesen nationalen Fällen stimmt die Nationalität des Blogs mit der des zitierten Sprechers überein. In der Mehrheit der Fälle (n=813, 56,07%) weichen sie voneinander ab, was auf eine gewisse transnationale Entgrenzung hindeutet.

In der Studie von Wessler et al. (2008) stammten rund 50 Prozent der in den diskursiven Beiträgen von Qualitätszeitungen zitierten Sprecher aus einer anderen Nation als das Medienangebot. Dies beschreiben sie als hohen

¹⁶⁴ Die Abweichungen zu den in Kapitel 8.1.3 beschriebenen 1.492 Fällen kommen dadurch zustande, dass dort die inter- und die supranationale Ebene nicht separat behandelt, sondern als Abweichungen gezählt wurden. Hierdurch erhöht sich die Zahl der Fälle für die das Verhältnis nicht eindeutig bestimmt werden kann.

horizontalen Transnationalisierungsgrad, der über die Zeit konstant geblieben ist. Sie führen ihn vor allem auf redaktionelle Routinen und Selektionsmechanismen zurück (Kapitel 2.2.2). Obwohl nicht alle in dieser Studie untersuchten Blogs in eine Medienmarke integriert sind bzw. von professionellen Journalisten betrieben werden, wird der hohe Anteil ausländischer Sprecher in den Postings der WiFi-Blogs sogar noch übertroffen, auch wenn die Unterschiede nicht so groß sind, wie bei dem ersten Indikator dieser Dimension, den geografischen Bezugnahmen. Sowohl die medialen Bedingungen im Internet als auch der wirtschaftliche Schwerpunkt im Rahmen der GWFK könnten für die transnationalere Ausrichtung verantwortlich sein.

Die verschiedenen Sprachräume unterscheiden sich signifikant hinsichtlich der Nationalität der zitierten Sprecher, auch wenn der Zusammenhang nur klein ist (Anhang A34). Deutsch- und englischsprachige Blogs weisen ein ähnliches Muster auf in Bezug auf das Zitieren von nationalen Sprechern aus der eigenen oder einer fremden Nation. In rund einem Drittel beziehen sie sich auf die eigene Nation, während die deutschsprachigen Blogs in rund 60 Prozent und die englischsprachigen in rund der Hälfte der Zitierungen auf eine andere Nation Bezug nehmen. Die spanischsprachigen Blogs weisen ein umgekehrtes Verhältnis auf, indem sie in rund 46 Prozent der Fälle Sprecher aus der eigenen und nur in rund 34 Prozent der Fälle aus einer anderen Nation zitieren. Das gegensätzliche Verhältnis ist sicherlich der Diskursauswahl geschuldet, bei der Spanien im Mittelpunkt des Interesses stand.

Im Hinblick auf das Zitieren internationaler Sprecher weichen insbesondere die deutschsprachigen Blogs von denen der beiden anderen Sprachräume ab, indem sie weniger auf diese Ebene verweisen. Bezüglich der supranationalen Sprecher weichen alle drei Sprachräume voneinander ab. Deutschsprachige Angebote zitieren in weniger als zwei Prozent der Fälle Sprecher dieser Ebene, während es bei den englischsprachigen Blogs mehr als doppelt so viele sind. Spanischsprachige Blogs nehmen noch einmal mehr als doppelt so oft wie englischsprachige Blogs auf diese Ebene Bezug.

Der Blick auf die unterschiedlichen Nationalitäten der Blogs konkretisiert den oben gewonnenen Eindruck weiter (Anhang A35). Auch hier wurden wieder nur die reduzierten Nationen herangezogen, wodurch die Anzahl der zitierten Sprecher auf 1.535 schrumpft. Zwischen den Nationalitäten der Blogs und den Nationalitäten der zitierten Sprecher besteht ein signifikanter, wenn auch geringer Zusammenhang. Insgesamt zitieren die deutschen Blogs den größten Anteil Sprecher aus der eigenen Nation, wäh-

rend schweizerische Blogs überhaupt keine Sprecher der eigenen Nationalität zu Wort kommen lassen. Spanische und US-amerikanische Blogs zitieren in knapp der Hälfte der Fälle Sprecher aus der eigenen Nation, britische Blogs dagegen nur in rund 37 Prozent der Fälle.

Den größten Anteil ausländischer Sprecher weisen die schweizerischen Blogs auf. Sie zeigen somit den stärksten Grad horizontaler Transnationalität. Britische Blogs zitieren ebenfalls etwas häufiger Sprecher fremder Nationen, als der eigenen und können folglich auch als recht stark horizontal transnationalisiert angesehen werden. Bei den US-amerikanischen Blogs halten sich die Anteile eigener und fremder nationaler Sprecher ungefähr die Waage. Laut den Maßstäben von Wessler et al. (2008), wonach ein ausgeglichenes Verhältnis eine überzogene Erwartung darstelle, können die US-amerikanischen Blogs ebenfalls als horizontal transnationalisiert angesehen werden.

Bei den spanischen und noch stärker den deutschen Blogs überwiegt dagegen der Anteil zitierter Sprecher aus der eigenen Nation. Während der große Anteil zitierter spanischer Sprecher der spanischen Blogs aufgrund des ausgewählten Untersuchungszeitraums wenig verwundert, überrascht doch die starke eigennationale Ausrichtung der deutschen Blogs. Sie integrieren bei diesem Indikator nur wenig die anderen Nationen. Die inter- und supranationale Sprecherebene ist unter den deutschen Bloggern auch nur marginal vertreten.

Schweizerische und britische Blogs weisen auch bezüglich der inter- und supranationalen Sprecherebenen die größte transnationale Ausrichtung auf. Einen Sonderfall stellen die internationalen Blogs dar. Sobald sie einen nationalen Sprecher zitieren, handelt es sich ja automatisch um einen ausländischen Akteur. Auf diese Weise kommt auch der hohe Anteil von über 74 Prozent zustande. Bei dem Zitieren internationaler Sprecher verbleiben sie auf der eigenen Ebene, was in rund einem Fünftel der Zitierungen der Fall ist. Sie sind also in dem Sinne auch sehr transnational, da sie bei vier Fünftel der zitierten Sprecher eine Ebenengrenze überschreiten, auch wenn man hier nicht unbedingt von horizontaler Transnationalität sprechen kann.

Für den zweiten Indikator dieser Dimension wurden wieder die verschiedenen Blogcharakteristika als Einflussfaktoren auf seine Verwendung anhand von Varianzanalysen geprüft. Von den 208 Blogs zitieren nur 170 überhaupt Sprecher. Im Durchschnitt zitieren die Blogs 3,21 Sprecher aus der eigenen Nation ($SD=5,256$), 4,28 Sprecher aus einer fremden Nation

(SD=11,647), 0,26 Sprecher der inter- (SD=0,858) und 0,37 Sprecher (SD=1,068) der supranationalen Ebene.¹⁶⁵

Die Gesamtmodelle sind für alle drei Politikebenen hoch signifikant (Tabelle 11). Für die nationalen Sprecher der eigenen Nation erklärt das Gesamtmodell lediglich 43 Prozent der Streuung um den Mittelwert, während das Modell für nationaler Sprecher fremder Nationen rund 73 Prozent der Varianz beschreibt. Für inter- und supranationale Sprecher ist die Erklärungskraft der Modelle mit rund 67 bzw. 64 Prozent jeweils etwas geringer. Die Unterschiede zwischen den Blogs kann bezüglich des Zitierens nationaler Sprecher also wesentlich schlechter durch die ausgewählten Blogcharakteristika erklärt werden, als bezüglich ausländischer Sprecher und die der beiden anderen Politikebenen.

Auf den zweiten Indikator dieser Dimension haben ähnliche Faktoren einen signifikanten Einfluss als auf die vorigen Indikatoren. Auf *Sprecher der eigenen Nation* hat vor allem der Anteil an Gastautoren und die Anzahl der Blogbetreiber einen starken und signifikanten Einfluss. Je mehr Gastautoren auf einem Blog Beiträge verfassen und je mehr Blogger hinter einem Angebot stehen, desto weniger werden Sprecher der eigenen Nation zitiert. Die Anzahl transnationaler in den Blog integrierter Merkmale und die Art des WiFi-Blogs haben ebenfalls einen signifikanten, wenn auch nur mittelstarken Effekt. Auch bei diesem Indikator unterscheiden sich insbesondere Blogs ohne von denen mit zwei oder mehr transnationalen Blogmerkmalen. Letztere zitieren weniger nationale Sprecher, genau wie medienintegrierte Blogs.

Auch auf das Zitieren *ausländischer Sprecher* haben wieder vor allem der Anteil an Gastautoren und die Anzahl der Blogbetreiber einen starken signifikanten Effekt. Dabei gilt allerdings umgekehrt je größer der Anteil an Gastautoren und je mehr Blogger, desto mehr ausländische zitierte Sprecher. Auf das Zitieren von Sprechern fremder Nationen hat als einzige Politikebene die Nationalität des Blogs einen starken signifikanten Einfluss.

¹⁶⁵ Keine der drei Politikebenen der zitierten Sprecher sind normalverteilt (national/eigene Nation: KS=0,271, df=198, p<0,000, national/fremde Nation: KS=0,357, df=198, p<0,000, international: KS=0,381, df=198, p<0,000, supranational: KS=0,440, df=198, p<0,000). Aber aufgrund relativ großer Gruppengrößen können die Varianzanalysen trotzdem durchgeführt werden. Alle vier abhängigen Variablen erfüllen die Bedingung der Varianzhomogenität (Levene-Tests: national/eigene Nation: F=1,074, p=0,406, national/fremde Nation: F=1,195, p=0,259, international: F=0,564, p=0,990, supranational: F=0,913, p=0,654).

Tab. 11: Einflussfaktoren auf die Anzahl der Nationalität (horizontal) der zitierten Sprecher je Blog (n=170)

Unabhängige Variablen	Abhängige Variable: Anzahl der erwähnten ... je Blog			
	Nationalen Sprecher (Eigen) ¹	Nationalen Sprecher (Fremd) ²	Internationalen Sprecher ³	Supranationalen Sprecher ⁴
	Eta ²	Eta ²	Eta ²	Eta ²
Dominierende Blogsprache	0,000	0,000	0,000	0,000
Nationalität des Blogs (eindeutig)	0,074	0,206**	0,130	0,021
Art des Wirtschafts- und Finanzblogtyps	0,065*	0,003	0,012	0,003
Kollektiv vs. Einzelblogger	0,007	0,001	0,027	0,000
Journalistischer Hintergrund der Blogger	0,024	0,005	0,015	0,019
Geschlecht	0,033	0,025	0,001	0,015
Transnationale Blogmerkmale (Index)	0,124**	0,192***	0,003	0,003
Anzahl der beteiligten Blogger	0,279**	0,220*	0,164	0,182
Anzahl kosmopolitischer Blogger	0,012	0,035	0,002	0,005
Anteil von Gastautoren je Blog	0,318**	0,421***	0,518***	0,574***
Thematischer Schwerpunkt im Diskurs	0,066	0,101	0,149**	0,050

(Oberkategorien)				
Mittelwert	3,21	4,28	0,82	0,39
Erklärte Varianz (R ²)	0,649	0,832	0,798	0,781
Erklärte Varianz (Korrigiertes R ²)	0,430	0,727	0,672	0,644

Mehrfaktorielle ANOVAs zur Bestimmung der Stärke der Haupteffekte. *p≤0,05; **p≤0,01; ***p≤0,001. ¹F-Wert(58,93)=2,966, p<0,000; ²F-Wert(58,93)=7,948, p<0,000; ³F-Wert(58,93)=6,342, p<0,000, ⁴F-Wert(58,93)=5,717, p<0,000.

Die schweizerischen, deutschen und britischen Blogs zitieren wesentlich häufiger Ausländer als die Angebote der anderen Nationen. Daneben spielt die Anzahl transnationaler Blogmerkmale eine relevante Rolle. Blogs mit mindestens zwei derartigen Merkmalen zitieren ebenfalls häufiger Ausländer als Blogs ohne diese Eigenschaften.

Auf das Zitieren *internationaler Sprecher* haben nur der Anteil von Gastautoren und der überwiegende thematische Schwerpunkt einen starken signifikanten Einfluss. Je größer der Anteil an Gastautoren, desto häufiger wird auch die internationale Ebene zitiert. Blogs, die insbesondere die Krise der Eurozone oder die globale Staatsschuldenkrise thematisieren, sprechen diese Ebene häufiger an. Auf das Zitieren *supranationaler Sprecher* hat lediglich der Anteil an Gastautoren einen starken signifikanten Einfluss. Blogs mit einem hohen Anteil an Gastautoren lassen auch vermehrt supranationale Akteure zu Wort kommen.

Die Faktoren der Bereiche Ressourcen und transnationaler Orientierung scheinen auch auf den zweiten Indikator, ungeachtet der Entgrenzungsrichtung und Politikebene, einen entscheidenden Einfluss zu haben. Die Referenz zur eigenen Nation hängt darüber hinaus noch von der Einbindung des Blogs in das jeweilige nationale Mediensystem ab, während die Referenz auf fremde Nationen von der nationalen Zugehörigkeit des Blogs beeinflusst wird. Einige Nationen entgrenzen sich in Bezug auf den zweiten Indikator stärker horizontal als andere. Das Zitieren internationaler Sprecher scheint neben den Ressourcenfaktoren noch themenabhängig zu sein.

Verlinkte externe Websites

Der dritte, internetspezifische Indikator der zweiten Vernetzungsdimension behandelt die von den WiFi-Blogs *verlinkten Websites* und ihre jeweilige nationale Zugehörigkeit (Kapitel 8.1.4). Insgesamt wurden von den extern

verlinkten Websites 1.454 (490 einzigartige Linkziele) codiert. Auch für diesen Indikator ist insbesondere das Verhältnis der Nationalität der verlinkten Website zu der des Blogs von Interesse um die horizontale Entgrenzung zu messen. Zusätzlich zu der Tatsache, ob die beiden Nationalitäten übereinstimmen oder voneinander abweichen wurden der Vollständigkeit halber noch die inter- und die supranationale Politikebene erfasst. Im Vergleich zu den zitierten Sprechern zeigt sich hier ein ausgeglicheneres Verhältnis von abweichenden und übereinstimmenden Nationalitäten.

Das Verhältnis der Nationalitäten von Blog zu verlinkter Website konnte für 1.375 (94,57%) der codierten Websites eindeutig bestimmt werden. Die fehlenden Fälle kommen wie bereits bei den zitierten Sprechern durch nicht bestimmbare Angaben bei der Nationalität des Blogs oder der verlinkten Website zustande. Von den inkludierten Fällen beziehen sich 1.134 auf die nationale Ebene. Hiervon stimmen in einem Großteil der Fälle ($n=705$, 62,17%) die Nationalitäten von Blog und Linkziel überein, während sie nur in 429 Fällen (37,83%) voneinander abweichen. Im Vergleich zu den zitierten Sprechern kehrt sich das Verhältnis folglich um und erweist sich als weniger ausgeglichen. Indem die Verlinkungen auf nationaler Ebene häufiger im Rahmen der eigenen Nation verbleiben, entgrenzt sich der untersuchte Diskurs entlang des internetspezifischen Indikators also weniger stark horizontal, als das noch für die beiden klassischen Indikatoren der Fall war.

Die Blogs der verschiedenen Sprachräume unterscheiden sich signifikant allerdings nur mit kleinem Effekt in Bezug auf die Nationalität der von ihnen verlinkten Websites (Anhang A36). Der Anteil nationaler Websites der eigenen Nation liegt bei den Angeboten aller drei Sprachräume ungefähr bei 50 Prozent. Hinsichtlich der verlinkten Websites fremder Nationen unterscheiden sie sich dagegen erheblich. Den größten Anteil ausländischer Linkziele weisen deutschsprachige Blogs mit rund 41 Prozent auf. Spanischsprachige Blogs sind diesbezüglich am wenigsten horizontal entgrenzt. Lediglich rund 13 Prozent der von ihnen verlinkten Websites stammen aus anderen Nationen. Umgekehrt verlinken spanischsprachige Blogs am häufigsten und deutschsprachige Blogs am seltensten internationale Linkziele. Auf supranationale Websites wird zu einem geringen Anteil von englisch- und spanischsprachigen Angeboten und so gut nie von deutschsprachigen Blogs verwiesen.

Zwischen der nationalen Zugehörigkeit der Blogs und der von ihnen verlinkten Website besteht ebenfalls ein hoch signifikanter, wenn auch kleiner Zusammenhang (Anhang A37). Es wurden wieder nur Blogs der reduzierten Nationen berücksichtigt. Das Verhältnis der Nationalitäten von Blog zu

externem Linkziel konnte in 1.257 Fällen bestimmt werden. Insgesamt spiegeln die Anteile der verschiedenen Politikebenen das von Wessler et al. (2008) konstatierte Verhältnis wider. Etwas mehr als die Hälfte der externen Verlinkungen (n=699, 56%) beziehen sich auf Websites der jeweils eigenen Nation des Blogs und nur rund 29 Prozent auf fremde Nationen. Daneben werden noch in rund 13 bzw. drei Prozent der Fälle Websites der inter- bzw. supranationalen Ebene verlinkt. Grob also halbiert sich der Anteil an Verlinkungen jeweils umso höher die Ebene von Transnationalität ist.

Deutsche und schweizerische Blogs unterscheiden sich stark hinsichtlich der Verlinkungen nationaler Websites aus der eigenen Nation. Während deutsche Blogs in rund 73 Prozent der externen Verlinkungen auf die eigene Nation verweisen, ist das bei schweizerischen Blogs allenfalls bei rund fünf Prozent der Links der Fall. Spanische und US-amerikanische Blogs verlinken ebenfalls in weit über der Hälfte der Fälle auf die eigene Nation, während britische Blogs sich nur bei rund 31 Prozent der Linkziele auf die eigene Nation beziehen. Demgegenüber verweisen deutsche, spanische und US-amerikanische Blogs jeweils nur in bis zu rund 24 Prozent der Fälle auf ausländische Websites. Am stärksten entgrenzen sich schweizerische Blogs horizontal, die in rund 86 Prozent der Fälle auf Angebote fremder Nationen verlinken. Britische Blogs weisen mit 41 Prozent immer noch einen recht hohen Anteil ausländischer Linkziele auf. Spanische und britische Blogs verlinken darüber hinaus in rund einem Fünftel der Fälle auf Angebote der internationalen Ebene, während deutsche Blogs diese Ebene am wenigsten berücksichtigen. Britische Blogs verlinken zusätzlich auch am häufigsten auf supranationale Websites, die wiederum von deutschen und schweizerischen Blogs so gut wie gar nicht berücksichtigt werden.

Auch hier müssen die internationalen Blogs wieder gesondert betrachtet werden. Sie verbleiben bei dem Verlinken internationaler Websites auf der gleichen Entgrenzungsebene, wie es bei rund 19 Prozent ihrer Linkziele der Fall ist. In den restlichen Fällen überschreiten sie also ebenfalls Ebenengrenzen, wobei sie dabei zumeist, wenig überraschend, auf einzelne Nationen verweisen. Dennoch handelt es sich bei diesen Grenzüberschreitungen nicht um horizontale Entgrenzungen.

Insgesamt erweist sich der internetspezifische Indikator weniger horizontal transnational als die klassischen Indikatoren und entspricht eher dem von Wessler et al. (2008) vermuteten Verhältnis der Ebenen zueinander. Da die beiden Studien zeitlich weit auseinanderliegen kann allenfalls vorsichtig verglichen werden, aber es deutet sich an, dass die Wirtschafts- und Finanzblogosphäre die horizontal transnationalen Potenziale des Internets eher entlang von Indikatoren wie geografischen Bezugnahmen und zitierten

Sprechern ausnutzt, die auch in traditionellen Massenmedien vorkommen, als entlang von internetspezifischen Indikatoren wie der Verlinkung. Die klassischen Indikatoren erweisen sich in diesem Bereich des Internets und für den untersuchten Diskurs dabei aber als transnational entgrenzter, als noch in der Studie von Wessler et al. (2008).

In einem letzten Schritt wurde erneut der Einfluss der verschiedenen Blogcharakteristika auf die Verwendung des dritten Indikators der zweiten Dimension geprüft. Der Einfluss konnte für 197 der 208 Blogs mithilfe von Varianzanalysen bestimmt werden. Im Mittel verlinken die Blogs 3,58 (SD=5,388) Websites der eigenen Nation, 2,19 (SD=6,242) einer fremden Nation, 0,93 (SD=2,409) der inter- und 0,20 (SD=0,992) der supranationalen Ebene.¹⁶⁶

Die Gesamtmodelle sind für alle drei Politikebenen hoch signifikant (Tabelle 12). Für das Verlinken nationaler Websites der eigenen Nation erklärt das Varianzmodell nur rund 38 Prozent der Streuung um den Mittelwert, für den Verweis auf ausländische Websites dagegen rund 60 Prozent. Auch die Varianz hinsichtlich der internationalen Ebene wird mit rund 48 Prozent eher schlecht erklärt. Im Gegensatz dazu liegt die Erklärungskraft des supranationalen Modells bei rund 87 Prozent. Die Unterschiede zwischen den Blogs hinsichtlich des Verlinkens von Websites der unterschiedlichen Ebenen kann mit Ausnahme der supranationalen Ebene also nur teilweise mithilfe von Blogmerkmalen erklärt werden. Andere Faktoren, die im Rahmen dieser Studie nicht im Vordergrund stehen, scheinen zusätzlich für die Varianz verantwortlich zu sein. Insgesamt scheinen die Blogmerkmale für die Varianz bezüglich der Verwendung klassischer Indikatoren für Transnationalität bedeutsamer zu sein als für den internetspezifischen Indikator der Verlinkung.

¹⁶⁶ Wie bereits beim vorigen Indikator sind die verlinkten Websites keiner der Ebenen normalverteilt (national/eigene Nation: KS=0,254, df=197, p<0,000, national/fremde Nation: KS=0,363, df=197, p<0,000, international: KS=0,347, df=197, p<0,000, supranational: KS=0,494, df=197, p<0,000). Aufgrund großer Gruppengrößen sind die Varianzanalysen dennoch möglich. Für die beiden abhängigen Variablen supranationale und eigennationale verlinkte Websites liegt jeweils Varianzhomogenität vor, für die beiden anderen abhängigen Variablen dagegen nicht (Levene-Tests: national/eigene Nation: F=1,292, p=0,174, national/fremde Nation: F=1,678, p=0,030, international: F=2,925, p=0,000, supranational: F=0,634, p=0,969). Für die Modelle der fremd-nationalen und internationalen verlinkten Websites sind Einflussfaktoren erst ab dem Ein-Prozent-Niveau signifikant.

Tab. 12: Einflussfaktoren auf die Anzahl der Nationalität der verlinkten Websites je Blog (n=197)

Unabhängige Variablen	Abhängige Variable: Anzahl der verlinkten ... je Blog			
	Nationalen Websites (Eigen) ¹	Nationalen Websites (Fremd) ²	Internationalen Websites ³	Supranationalen Websites ⁴
	Eta ²	Eta ²	Eta ²	Eta ²
Dominierende Blogsprache	0,000	0,000	0,000	0,000
Nationalität des Blogs (eindeutig)	0,115	0,326***	0,140*	0,052
Art des Wirtschafts- und Finanzblogtyps	0,043*	0,008	0,026	0,007
Kollektiv vs. Einzelblogger	0,002	0,006	0,004	0,030
Journalistischer Hintergrund der Blogger	0,000	0,019	0,038	0,086*
Geschlecht	0,028	0,008	0,049	0,030
Transnationale Blogmerkmale (Index)	0,090*	0,072*	0,227***	0,034
Anzahl der beteiligten Blogger	0,228*	0,142	0,115	0,182
Anzahl kosmopolitischer Blogger	0,001	0,042	0,009	0,035
Anteil von Gastautoren je Blog	0,356***	0,521***	0,411***	0,869***
Thematischer Schwerpunkt im Diskurs (Oberkategorien)	0,137*	0,122*	0,016	0,060
Mittelwert	3,58	2,19	0,93	0,20

Erklärte Varianz (R ²)	0,617	0,752	0,681	0,920
Erklärte Varianz (Korrigiertes R ²)	0,378	0,598	0,482	0,870

Mehrfaktorielle ANOVAs zur Bestimmung der Stärke der Haupteffekte. *p≤0,05; **p≤0,01; ***p≤0,001. ¹F-Wert(58,93)=2,585, p<0,000; ²F-Wert(58,93)=4,866, p<0,000; ³F-Wert(58,93)=3,419, p<0,000, ⁴F-Wert(58,93)=18,427, p<0,000.

Auf die Verlinkung *nationaler Websites der eigenen Nation* haben fünf Faktoren einen signifikanten Einfluss. Den größten Effekt weist der Anteil der Gastautoren auf, gefolgt von der Anzahl der Blogbetreiber. Beide Faktoren zeigen einen starken Einfluss. Wieder gilt, je größer der Anteil der Gastautoren und je mehr Blogger einen Blog betreiben, desto weniger verlinken sie auf Websites der eigenen Nation. Die anderen drei Faktoren bewegen sich nur noch im Spektrum mittlerer Effekte. Den drittstärksten Einfluss besitzt der überwiegende thematische Schwerpunkt, zu dem ein Blog im Untersuchungszeitraum gepostet hat. Die Unterschiede bestehen zwischen jenen Blogs, die sich schwerpunktmäßig mit der Krise der Eurozone beschäftigen und solchen mit anderen Themenschwerpunkten. Erstere beziehen sich häufiger auf die eigene nationale Ebene. Desweiteren hat die Anzahl transnationaler Merkmale, die ein Blog aufweist einen signifikanten Einfluss auf das Verlinken auf eigen-nationale Linkziele. Auch hier bestehen die Unterschiede zwischen Blogs ohne und mit mindestens zwei transnationalen Merkmalen. Als letztes hat der Finanzblogtyp einen signifikanten Einfluss. Unabhängige Blogs beziehen sich wesentlich häufiger auf Linkziele der eigenen Nation. Das Verlinken von Websites der eigenen Nation durch die WiFi-Blogs scheint folglich von vielen verschiedenen Faktoren abzuhängen. Neben der geringen Erklärungskraft des Modells, die auf alternative Faktoren verweist, sind ganz unterschiedliche Blogmerkmale aus den Bereichen Ressourcen, transnationaler Orientierung und thematischem Schwerpunkt relevant.

Tab. 13: Überblick über die Einflussfaktoren auf die Indikatoren der Dimension Diskursive Integration bzw. Vernetzung

Abhängige Variablen										
Unabhängige Variable	Geografische Bezugnahmen		Nationalität der zitierten Sprecher				Nationalität der verlinkten Websites			
	Nat. (Eigen)	Nat. (Fremd)	Nat. (Eigen)	Nat. (Fremd)	Internat.	Supra-nat.	Nat. (Eigen)	Nat. (Fremd)	Internat.	Supra-nat.
Dominierende Blogsprache	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Nationalität des Blogs (eindeutig)	–	–	–	+++	–	–	–	+++	–	–
Art des Wirtschafts- und Finanzblogtyps	+++	–	++	–	–	–	+	–	–	–
Kollektiv vs. Einzelblogger	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Journalistischer Hintergrund der Blogger	–	–	–	–	–	–	–	–	–	++
Geschlecht	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Transnationale Blogmerkmale (Index)	++	+++	++	+++	–	–	++	–	+++	–
Anzahl der beteiligten Blogger	+++	+++	+++	+++	–	–	+++	–	–	–
Anzahl kosmopolitischer Blogger	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–

Anteil von Gastautoren je Blog	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++
Thematischer Schwerpunkt im Diskurs (Oberkategorien)	-	+++	-	-	+++	-	++	-	-	-	-

+=(mind.) signifikanten kleinen Effekt ($\eta^2=0,010-0,059$); +=(mind.) signifikanten mittleren Effekt ($\eta^2=0,060-0,139$); +++=(mind.) signifikanten großen Effekt ($\eta^2 \geq 0,140$); - =keinen signifikanten Effekt; Effektstärken nach Cohen (1988). Signifikante Effekte auf dem 0,05-Niveau wurden nur für diejenigen abhängigen Variablen berücksichtigt in denen die Bedingung der Varianzhomogenität erfüllt wurde.

Das Verlinken *fremdnationaler Websites* wird dagegen nur von zwei Faktoren maßgeblich beeinflusst. Allen voran zeigen der Anteil an Gastautoren und die Nationalität des Blogs einen signifikanten und starken Effekt. Je höher der Anteil an Gastautoren eines Blogs ist, desto häufiger werden fremd-nationale Websites verlinkt. Und US-amerikanische Blogs verweisen jeweils weniger auf fremd-nationale Linkziele als argentinische, kanadische, irische und australische Blogs. Der thematische Schwerpunkt und die Anzahl transnationaler Blogmerkmale haben ebenfalls einen signifikanten Einfluss, allerdings nur auf dem für dieses Modell ungültigen Fünf-Prozent-Niveau.

Verlinkungen auf *internationale Websites* werden von dem Anteil der Gastautoren und der Anzahl transnationaler Blogmerkmale beeinflusst. Auch hier gilt, je mehr Gastautoren auf einem Blog posten, desto häufiger wird die internationale Ebene verlinkt. Gleiches ergibt sich auch für die Anzahl transnationaler Merkmale. Blogs mit zwei transnationalen Merkmalen verlinken jeweils häufiger internationale Websites als Blogs mit keinem oder nur einem solchen Merkmal. Für dieses Modell muss ebenfalls aufgrund fehlender Varianzhomogenität ein strengeres Signifikanzniveau angelegt werden, weshalb der signifikante Faktor der Nationalität des Blogs nicht berücksichtigt werden kann.

Auf die Verlinkung *supranationaler Websites* haben nur der Anteil der Gastautoren sowie der journalistische Hintergrund einen signifikanten Einfluss. Auch hier gilt, je höher der Anteil an Gastautoren, desto häufiger wird die supranationale Ebene verlinkt. Hinsichtlich des journalistischen Hintergrunds zeigt sich ein differenzierteres Bild. Der entscheidende Unterschied besteht zwischen jenen Angeboten, die ausschließlich von Journalisten und solchen, die von gemischten Teams betrieben werden. Erstere verweisen häufiger auf supranationale Linkziele.

Insgesamt besitzen die vier Varianzmodelle hinsichtlich des dritten, internetspezifischen Indikators sehr unterschiedliche Erklärungskraft (Tabelle 13). Am besten erklären die Blogcharakteristika supranationale Verlinkung, gefolgt von fremd-nationalen Verweisen, also der tatsächlichen horizontalen Transnationalität. Die horizontale Entgrenzung scheint entlang dieses Indikators als einzige Ebene von der Nationalität des Blogs beeinflusst zu werden. Im Allgemeinen zeigt sich auch bei dem dritten Indikator die große Bedeutung, die Ressourcenfaktoren und eine transnationale Orientierung des Blogs auf die Verlinkung besitzen. Über alle vier abhängigen Variablen der unterschiedlichen Politikebenen ist der Anteil an Gastautoren der einzige konstant signifikante Einflussfaktor.

Beantwortung der Forschungsfragen und Hypothesen (I)

Alle drei Sprachräume verwenden die drei Indikatoren (FF1a). Sie unterscheiden sich signifikant hinsichtlich der drei Indikatoren der zweiten Dimension, wobei nur der Zusammenhangswert bei den geografischen Bezugnahmen den Rahmen kleiner Effekte übersteigt (FF1b). Am kleinsten ist der Zusammenhang bei den zitierten Sprechern. Im Gegensatz zur ersten Dimension übertrifft die horizontal transnationale Ebene, also die Bezüge auf andere Nationen, nur bei den klassischen Indikatoren den Anteil eigennationaler Bezüge. Bei dem internetspezifischen Indikator ist der Anteil eigennationaler Bezüge dagegen anderthalbmal so groß wie der horizontal transnationale, also der auf andere Nationen. Bei den geografischen Bezugnahmen ist der Anteil horizontaler transnationaler Bezüge mit rund 83 Prozent am größten. Vermutlich ist diese Tendenz schon im Indikator selbst verankert. Wenn ein Autor von der eigenen Nation spricht wird dieser geografische Kontext häufig als selbstverständlich angesehen und die Nation nicht immer explizit erwähnt.

Vor allem die englisch- und deutschsprachigen Blogs zeigen entlang der geografischen Bezugnahmen eine starke transnationale Entgrenzung, weniger die spanischsprachigen Angebote. Auch hier bewahrheitet sich die erste Hypothese (*H1.1*) folglich nicht, da die englischsprachigen Angebote transnationaler sind als die Blogs der beiden anderen Sprachräume.

Bei den zitierten Sprechern verschiedener Nationen liegt der horizontal transnationale Anteil nur noch leicht über dem nationalen. Die deutschsprachigen Blogs zitieren am häufigsten Sprecher aus dem Ausland, gefolgt von englischsprachigen Angeboten. Der Anteil transnationaler zitierter Sprecher ist bei den spanischsprachigen Blogs nur halb so groß wie bei den deutschsprachigen. Hier bewahrheitet sich die erste Hypothese (*H1.1*) ebenfalls nicht.

Bei den verlinkten Websites verschiedener Nationen dominiert dann insgesamt die eigennationale Ebene. In über der Hälfte der Fälle verlinken die Blogs auf Websites der eigenen Nation, anderthalbmal so oft wie auf andere Nationen. Den größten Anteil ausländischer Verlinkungen weisen noch die deutschsprachigen Blogs auf, dicht gefolgt von den englischsprachigen Angeboten. Spanischsprachige Blogs sind im Vergleich wesentlich weniger horizontal entgrenzt. Auch in Bezug auf den dritten Indikator bestätigt sich die erste Hypothese (*H1.1*) folglich nicht.

Der Blick auf die verschiedenen Nationen spezifiziert das zuvor beschriebene Bild weiter. Wieder weicht der internetspezifische Indikator von den beiden klassischen ab, bei denen die horizontal transnationalen, also die

fremdnationalen die eigennationalen Bezüge übertreffen. Bezüglich der geografischen Bezugnahmen zeigt sich von allen drei Indikatoren die stärkste horizontale Entgrenzung. Dabei befindet sich unter den schweizerischen Blogs mit Abstand der größte Anteil transnationaler Referenzen auf andere Nationen. Die britischen Blogs beziehen sich ebenfalls häufig auf das Ausland, während spanische Blogs dies entschieden seltener tun als die Angebote der anderen Nationen. Die zweite Hypothese (H1.2) mit der Annahme, dass Blogs aus EU-Ländern aufgrund der größeren politischen Integration stärker transnational ausgerichtet seien, bestätigt sich somit nicht. Das Nicht-Mitgliedland Schweiz zeigt den größten Anteil transnationaler Bezugnahmen und die Blogs aus den EU-Ländern Deutschland und Spanien erweisen sich entlang dieses Indikators als am wenigsten transnational entgrenzt. Vermutlich haben andere Ländereigenschaften als die politische Integration, wie beispielsweise die Größe eines Landes, stärkere Auswirkungen auf ihre transnationale Orientierung.

Bei den zitierten Sprechern übertrifft der Anteil fremdnationaler Referenzen nur knapp den der eigen-nationalen. Auch hier findet sich unter den schweizerischen Blogs der größte horizontal transnationale Anteil, gefolgt von den britischen Angeboten. Bei den US-amerikanischen und deutschen Blogs ist der Anteil transnationaler Entgrenzung nur ungefähr halb so groß wie bei den schweizerischen. Spanische Blogs weisen auch bei diesem Indikator den geringsten Anteil ausländischer zitierter Sprecher auf. Wie schon bei dem ersten Indikator der zweiten Dimension, kann auch bei diesem die zweite Hypothese (H1.2) nicht bestätigt werden. Bei den verlinkten Websites überwiegen die Verweise auf die eigene Nation. Dennoch zeigt sich bei den transnationalen Verlinkungen wieder das gleiche Muster wie bei den beiden vorigen Indikatoren. Noch den größten Anteil transnationaler Verlinkungen weisen wieder die schweizerischen Blogs auf, gefolgt von den britischen. US-amerikanische und deutsche Blogs bilden das Mittelfeld, spanische Blogs abgeschlagen das Schlusslicht. Auch hier bestätigt sich folglich die zweite Hypothese (H1.2) nicht. Alle drei Indikatoren werden von den untersuchten Nationen verwendet, wobei sich ihre Verwendung signifikant voneinander unterscheidet. Die Zusammenhangseffekte sind dabei größer als bei den Sprachräumen, verbleiben aber dennoch bis auf den für den ersten Indikator im Rahmen kleiner Effekte.

Im Allgemeinen zeigt sich für die zweite Dimension ein hoher Grad an Transnationalität. Allerdings ist die horizontale Entgrenzung zwischen den drei Indikatoren sehr unterschiedlich. Das hohe Transnationalitätsniveau ist vor allem den beiden klassischen Indikatoren geschuldet und dabei in erster

Linie den geografischen Bezugnahmen. Der internetspezifische Verlinkungsindikator weist dagegen einen wesentlich geringeren Entgrenzungsgrad auf, der aber gemäß Wessler et al. (2008) immer noch als recht hoch eingeschätzt werden kann. Für diese Dimension ermittelten bereits die Studien traditioneller Massenmedien ein hohes Maß an Transnationalität, aber die beiden klassischen Indikatoren zeigen im Kontext dieser Studie höhere Anteile transnationaler Entgrenzung. Auch bei der zweiten Dimension von Transnationalität erweist sich der Blogdiskurs folglich anteilig als etwas transnationaler als die traditionellen Massenmedien, allerdings nur entlang der klassischen Indikatoren. Internetspezifische Entgrenzungspotenziale werden nicht verstärkt genutzt. Hier scheinen nationale und kulturelle Grenzen noch wichtiger zu sein.

Auf die Verwendung der unterschiedlichen Entgrenzungsebenen der zweiten Dimension wurde ebenfalls der Einfluss verschiedener Faktoren geprüft. Es sind wieder ähnliche Blogcharakteristika relevant wie zuvor schon bei der ersten Dimension, allen voran der Anteil an Gastautoren. Erneut sind Faktoren der Bereiche Ressourcen und der generellen transnationalen Ausrichtung des Blogs entscheidend. Die Sprachraumzugehörigkeit hat dagegen keinen Einfluss auf die Verwendung der Entgrenzungsebenen der einzelnen Indikatoren. Die nationale Zugehörigkeit eines Blogs beeinflusst bei den beiden komplexeren Indikatoren jeweils die Verweise auf andere Nationen. Bezüglich der zitierten Sprecher unterscheiden sich jeweils die schweizerischen, deutschen und britischen Blogs von den anderen Nationen, indem sie häufiger auf diese Ebene verweisen. Hinsichtlich der verlinkten Websites verweisen vor allem die US-amerikanischen Blogs seltener auf die transnationale Ebene, als die Angebote kleinerer englischsprachiger Länder. Zwischen den beiden klassischen und dem internetspezifischen Indikator zeigen sich auch bei der zweiten Dimension keine erheblichen Unterschiede im Hinblick auf die Einflussfaktoren.

Die Schlussfolgerung lautet ähnlich wie bei der ersten Dimension: Die Sprachräume und Nationen unterscheiden sich bezüglich der Verwendung der drei Indikatoren signifikant voneinander, was darauf hindeutet, dass die horizontale transnationale Entgrenzung im Internet durchaus von nationalen und kulturellen Grenzen abhängt. Im Zusammenspiel mit verschiedenen anderen Blogcharakteristika wirken sich Ressourcen und eine transnationale Orientierung allerdings stärker auf die Häufigkeit der Verwendung der einzelnen Ebenen aus, als die nationale bzw. Sprachraumzugehörigkeit des Angebots.

Im Vergleich zeigen sich nur kleinere Unterschiede zwischen den beiden Vernetzungsdimensionen von Transnationalität. Grob entsprechen diese

Unterschiede dem Muster, das im Kontext traditioneller Massenmedien ermittelt wurde (Wessler et al. 2008: 52, Kleinen-von Königslöw 2010a). Auf horizontaler Ebene zeigt sich ein stärkerer Grad an Transnationalität als auf der vertikalen Ebene. Hinsichtlich der Verwendung der Indikatoren der ersten Dimension variieren die verschiedenen Sprachräume und Nationen etwas weniger stark als in Bezug auf diejenigen der zweiten Dimension. Und bei der zweiten Dimension weicht der internetspezifische Indikator von dem Muster der beiden klassischen Indikatoren ab. Aufgrund dieser, wenn auch kleinen, Unterschiede zwischen den beiden Dimensionen kann in Anlehnung an die Vorgängerstudien *auch im Internet* anhand des untersuchten Blogdiskurses zur GWFK und in Bezug auf die beiden Vernetzungsdimensionen von *einer leichten Mehrfachsegmentierung transnationaler Öffentlichkeit* gesprochen werden. Insgesamt erweist sich das Internet anhand der Vernetzungsindikatoren als recht transkulturell und -national. Dabei erfolgt die transkulturelle und -nationale Entgrenzung im Internet, sowohl vertikal als auch horizontal, eher entlang der klassischen Verweisformen, die bereits in traditionellen Massenmedien angewendet wurden und weniger entlang der internetspezifischen Verlinkungen.

8.3 Vergleich nationaler bzw. kultureller Vernetzung

Basierte das vorhergehende Kapitel auf dem Vergleich des gleichzeitigen Vorkommens verschiedener Vernetzungsindikatoren innerhalb einzelner Untersuchungseinheiten, steht in diesem und dem folgenden Auswertungskapitel *die tatsächliche Vernetzung* im Fokus. Die Ergebnisse können sich gegenseitig bestätigen bzw. ergänzen. In diesem Kapitel sollen zunächst die in den einzelnen Sprachräumen und Nationen internen tatsächlichen Vernetzungsgrade verglichen werden. Neben anderen Netzwerkmaßen, die teilweise nur bedingt zwischen unterschiedlichen Netzwerken vergleichbar sind, steht insbesondere die Messung von Homophilie im Vordergrund. Vernetzen sich eher gleichartige oder unterschiedliche Blogs miteinander und was bestimmt das jeweilige Homogenitätsstreben? Ist die Sprachraum- bzw. nationale Zugehörigkeit diesbezüglich bestimmend, oder überwiegen eher andere Blogcharakteristika? Die einzelnen Netzwerkmaße stehen dabei für unterschiedliche Möglichkeiten der Integration des untersuchten Diskurses.

Bei den hier verglichenen Netzwerkmaßen handelt es sich nicht um Maße für Ego- sondern für *Gesamtnetzwerke*. Wichtig ist an dieser Stelle

aber der Hinweis, dass es sich bei den im Rahmen dieser Studie untersuchten Netzwerken aufgrund der bewussten Stichprobenziehung nicht um vollständige Gesamtnetzwerke, sondern lediglich jeweils um Ausschnitte der deutsch-, englisch- und spanischsprachigen Wirtschafts- und Finanzblogosphäre handelt. Erfasst wurden die sichtbarsten Blogs zu dem Diskurs der GWFK im Sommer 2012 und somit *partielle Netzwerke*, also Ausschnitte von Gesamtnetzwerken (Kapitel 7.1.4). In der auf das Internet bezogene Netzwerkforschung werden für sie allerdings die gleichen Maße wie für Gesamtnetzwerke berechnet und interpretiert.¹⁶⁷ Derartige Einschränkungen lassen sich bei der Analyse von Online-Netzwerken auch kaum verhindern (Erlhofer 2008; Hogan 2008: 144-145). Dennoch liefern diese Netzwerkausschnitte einen sinnvollen Eindruck von Öffentlichkeitsstrukturen (Nuernbergk 2013: 353).

Mithilfe des Instrumentariums der sozialen Netzwerkanalyse sollen die Strukturen der transnationalen Öffentlichkeit in der Wirtschafts- und Finanzblogosphäre nachvollzogen werden. In diesem Kapitel soll es zunächst um die tatsächlich realisierten Verbindungen innerhalb der einzelnen Sprachräume und Nationen gehen. Durch den Vergleich der verschiedenen nationalen und kulturellen Netzwerke hinsichtlich verschiedener Netzwerkmaße können nationen- und kulturübergreifende Strukturen ermittelt werden.

Der Tatsache, dass das Internet sowohl traditionelle als auch neuartige Vernetzungsformen in einer medialen Plattform integriert soll durch die Berücksichtigung *zweier Netzwerkarten* Rechnung getragen werden. Einerseits werden symbolische Netzwerke, die auf *zitierten Sprechern* basieren erfasst (Kapitel 3.1). Andererseits werden *Linknetzwerke* abgebildet, als technische Bezugnahmen wie sie ausschließlich im Internet vorkommen, dort aber bereits vielfach untersucht wurden (Kapitel 4.1.3). Es handelt sich folglich in beiden Fällen um gerichtete Netzwerke (Jansen 2006: 75-76).

In Bezug auf beide Netzwerkarten soll jeweils den Fragen nachgegangen werden, wie vernetzt die einzelnen Nationen und Sprachräume im Hinblick

¹⁶⁷ Zur Berechnung der verschiedenen Netzwerkmaße wurde die Software UCINET 6.0 verwendet (Borgatti/Everett/Freeman 2006; Jansen 2006: 283-286; Borgatti/Everett/Johnson 2013). Das Programm existiert seit den 1980er Jahren und wird seitdem kontinuierlich weiterentwickelt. Es war das erste Netzwerkanalyse-Tool, das große Fallzahlen und verschiedene Netzwerkmaße berechnen konnte (Gamber/Reschke 2010: 33). Obwohl es mittlerweile eine ganze Reihe von Programmen für die Netzwerkanalyse gibt, ist UCINET nach wie vor ein viel verwendetes Standardprogramm in diesem Bereich (Hogan 2008: 156). Für die Umwandlung und Visualisierung von Netzwerkdaten wurde zusätzlich noch auf die Freeware Gephi 0.9.2 zurückgegriffen (Bastian/Heymann/Jacomy 2009).

auf die verschiedenen Netzwerkmaße sind (FF2a) und inwiefern sie sich diesbezüglich ähneln oder unterscheiden (FF2b). Vor dem Hintergrund des Forschungsstands zur transnationalen Vernetzung können zwei Hypothesen in Bezug auf die Dominanz der englischsprachigen und US-amerikanischen Blogosphäre formuliert werden. Es wird angenommen, dass zum einen die US-amerikanische Blogosphäre (H2.1) und zum anderen die englischsprachige Blogosphäre (H2.2) dichter vernetzt sind, als die der anderen Nationen und Sprachräume.

Zusätzlich zu den *allgemeinen Netzwerkmaßen* wird noch jeweils der Grad an *Homophilie* entlang zweier Strukturierungsmerkmale miteinander verglichen, um den Einfluss der nationalen bzw. kulturellen Zugehörigkeit der Blogs auf die Strukturbildung der transnationalen Öffentlichkeit besser einordnen zu können.¹⁶⁸ Für die Sprachraumnetzwerke wird jeweils überprüft, ob sich die Blogs eher anhand von gleicher nationaler Zugehörigkeit vernetzen, oder eher anhand anderer Merkmale. Analog dazu wird für die nationalen Netzwerke die Vernetzung aufgrund der Zugehörigkeit zu dem gleichen Sprachraum mit anderen Merkmalen verglichen. Als alternative Merkmale dienen jeweils für die Sprecher-Netzwerke der journalistische Hintergrund des Blogs und für die Link-Netzwerke der inhaltliche Schwerpunkt der Website. Auch für diese Strukturierungsmerkmale können einerseits die verschiedenen Nationen und Sprachräume (FF2c) und andererseits die Sprecher- mit den Link-Netzwerken (FF2d) verglichen werden.

In den folgenden Kapiteln werden zunächst die verschiedenen nationalen Netzwerke vorgestellt (Kapitel 8.3.1), wobei zunächst die Sprecher- (Kapitel 8.3.1.1) und dann die Link-Netzwerke (Kapitel 8.3.1.2) beschrieben werden. Im Anschluss daran erfolgt das gleiche Vorgehen für die drei Sprachräume (Kapitel 8.3.2). Im abschließenden Kapitel 8.3.3 werden die Befunde dann zusammengeführt und die Forschungsfragen bzw. Hypothesen beantwortet.

8.3.1 Vergleich der Vernetzung innerhalb einzelner Nationen

Durch den Vergleich der Vernetzung der unterschiedlichen partiellen Netzwerke kann eine Aussage darüber getroffen werden, wie transnational inte-

¹⁶⁸ Da Homophilie in fast allen sozialen Netzwerken vorkommt, macht es selten Sinn, die Frage zu stellen, ob Homophilie vorkommt. Es ist zielführender, zu untersuchen in Bezug auf welche Attribute sie in Erscheinung tritt, also welche Art von Homophilie ein soziales Netzwerk strukturiert (Hogan 2008: 151).

griert die einzelnen nationalen und kulturellen Netzwerke im Verhältnis zueinander sind. Die Schwellenwert-Problematik für wünschenswerte transnationale Integration kann so umgangen werden und der Transnationalitätsgrad zumindest im Vergleich beurteilt werden. Bei den im Rahmen dieser Arbeit untersuchten Akteursnetzwerken handelt es sich um Spezialfälle sozialer Systeme. Als Sozialintegration kann dabei die Varianz in der Anzahl der Beziehungen der einzelnen Akteure und als Systemintegration die gesamte Dichte der Beziehungen in einem Netzwerk gewertet werden (Esser 2001: 4). Demnach steht in Kapitel 8.3 und in Bezug auf den zweiten Forschungsfragenblock die *Systemintegration* transnationaler Öffentlichkeit im Vordergrund.

Als Grenzen der *partiellen Netzwerke*, die in Kapitel 8.3.1 verglichen werden sollen, dienen die *Nationalitäten der Blogs* aus der Ursprungs-Stichprobe. Berücksichtigt werden wieder, wie zuvor im Kontext anderer Auswertungen auch, nur die fünf Nationen, denen jeweils fünf oder mehr Blogs angehören. Dazu zählen deutsche, schweizerische, spanische, US-amerikanische und britische Blogs. Für die *Sprecher-Netzwerke* wird die Verbindung zwischen Blogbetreiber und zitiertem Sprecher nachvollzogen und für die *Link-Netzwerke* die zwischen dem gesamten Blog und der verlinkten Website. In dem ersten Fall wird die Nationalität des Blogbetreibers und in dem zweiten Fall des ganzen Angebots herangezogen.¹⁶⁹ Für beide Netzwerkarten wurden jeweils nur diejenigen Seed-Blogs berücksichtigt, die auch tatsächlich Sprecher zitieren bzw. externe Websites verlinken. Die partiellen nationalen Netzwerke bestehen folglich aus den Seed-Blogs der fünf häufigsten Nationen sowie den von ihnen zitierten Sprecher bzw. verlinkten Websites.

8.3.1.1 Nationale Vernetzung: Sprecher-Netzwerke

Zunächst werden die Netzwerke berechnet, die auf der symbolischen Beziehung zwischen Blogbetreiber und den in ihrem Blog jeweils zitierten Sprechern basieren. Zum Zweck der Beurteilung des Grades der Systemin-

¹⁶⁹ Denkbar wäre auch gewesen, die symbolischen Netzwerke zwischen dem Verfasser des einzelnen Postings und dem zitierten Sprecher abzubilden. Aufgrund der besseren Vergleichbarkeit mit den Linknetzwerken wurde im Rahmen dieser Arbeit jedoch der Blogbetreiber ausgewählt. Aufgrund des Aggregationsverfahrens der Nationalität der Blogs (Kapitel 8.1.1) ist diese mit derjenigen für die Blogbetreiber deckungsgleich.

tegration werden verschiedene *Gesamtnetzwerkmaße* herangezogen. Allgemein leidet die soziale Netzwerkforschung und insbesondere ihre Anwendung im Kontext der Kommunikationswissenschaft unter einer fehlenden theoretischen Anbindung und Standardisierung der einzelnen Maße (Frielme 2008). Je nach Fragestellung werden die verschiedenen Maße unterschiedlich interpretiert, teilweise sogar mit vollkommen konträren Aussagen. Im Folgenden werden die nationalen Netzwerke anhand deskriptiver Maßzahlen verglichen und mithilfe von *Kohäsions- und Strukturierungsmaßen* auf einer ganz allgemeinen Ebene verglichen. Die Systemintegration des jeweiligen nationalen Blogdiskurses zur GWFK soll dabei ganz allgemein beurteilt werden, ohne spezifischer verschiedene Integrationsformen zu unterscheiden.

Zunächst werden Angaben zu der *Reziprozität*¹⁷⁰ der Netzwerke gemacht. Für gerichtete und derart große Netzwerke, wie sie im Rahmen dieser Studie untersucht werden, ist ein hohes Maß an Reziprozität sehr unwahrscheinlich. Sie sind hochgradig asymmetrisch. Daher kann jeder Wert größer Null als ein Hinweis auf Systemintegration angesehen werden.

Desweiteren wird mithilfe der *Dichte* die generelle Verbundenheit der Netzwerke bestimmt. Häufig wird die Dichte auch als Indikator für die allgemeine Aktivität eines Netzwerks angesehen. Mit der Dichte wird das Verhältnis der tatsächlich realisierten Beziehungen zu den theoretisch möglichen Beziehungen in einem Netzwerk beschrieben (Hogan 2008: 149; Jansen 2006: 94, 110-111; Wasserman/Faust 1994: 102). Dieses Netzwerkmaß wird von der Anzahl der Knoten beeinflusst, ist also abhängig von der Größe eines Netzwerks. Aus je mehr Knoten ein Netzwerk besteht, desto schwieriger ist es, ein hohes Dichtemaß zu erzielen. Auch bei diesem Maß können wieder Werte zwischen null (geringe Dichte) und Eins (hohe Dichte) erzielt werden. Auch dieses Maß wird in Ermangelung eines Schwellenwerts für ausreichende Integration im Vergleich der verschiedenen nationalen Netzwerke beurteilt (Hogan 2008: 149).

¹⁷⁰ Die Relation zwischen zwei Elementen, sogenannte Kanten, bildet die kleinste Einheit im Netzwerk, eine Dyade. Reziprozität ist in einer Dyade dann gegeben, wenn Akteur X eine gerichtete Beziehung zu Akteur Y besitzt und umgekehrt Akteur Y diese Beziehung zu Akteur X erwidert. Liegt vollständige Reziprozität vor, dann sind eine Matrix bzw. das dazugehörige Netzwerk symmetrisch. Der Wert für Reziprozität liegt generell zwischen Null und Eins und kann in Prozenten interpretiert werden. Die Dyaden-Reziprozität beschreibt folglich die Nummer reziproker Dyaden geteilt durch die Anzahl aller benachbarten Dyaden in einem Netzwerkgraph (Borgatti et al. 2006).

Zusätzlich werden noch verschiedene Maßzahlen der *Gradzentralität* (*Degree-Centrality*) der einzelnen Netzwerke aufgeführt. Die Gradzentralität stellt das einfachste Zentralitätsmaß von Netzwerken dar.¹⁷¹ Es beschreibt die Anzahl der Beziehungen der Akteure in einem Netzwerk. Die Gradzentralität wird zunächst für jeden einzelnen Knoten im Netzwerk erfasst. Dabei werden die ein- und ausgehenden Beziehungen eines Knotens bestimmt und durch die Anzahl anderer Knoten geteilt (Hogan 2008: 150). Wieder können durch diese Normierung Werte zwischen Null und Eins erzielt werden. Knoten mit einer Gradzentralität gleich Null sind sogenannte Isolates, das heißt sie sind mit keinem anderen Knoten des Netzwerks verbunden. Im Gegensatz dazu sind Knoten mit einer Gradzentralität gleich Eins mit allen anderen Knoten des Netzwerks verbunden.

Für asymmetrische Netzwerke, die auf gerichteten Beziehungen basieren, kann zwischen eingehenden (*Indegree-Centrality*) und ausgehenden (*Outdegree-Centrality*) Beziehungen unterschieden werden. Mithilfe des Indegrees wird häufig die Popularität oder das Prestige eines Knotens gemessen und mit dem Outdegree seine Expansivität (Jansen 2006: 142). Für die in dieser Studie untersuchten Sprecher und Linknetzwerke sind insbesondere die eingehenden Beziehungen von Interesse. Die ausgehenden Beziehungen wurden ja lediglich für die Seed-Blogs erfasst und können somit nicht sinnvoll und gleichberechtigt für alle Knoten interpretiert werden. Insgesamt wird angenommen, dass Netzwerkakteure mit vielen eingehenden Links eine gewisse Prominenz und Beliebtheit in den untersuchten Netzwerken besitzen oder über eine besondere Expertise verfügen. Auf der Gesamtnetzwerkebene kann dann aufbauend auf der Gradzentralität der einzelnen Akteure für die einzelnen Zentralitätsmaße die entsprechende Zentralisierung eines Netzwerks bestimmt werden. Zu diesem Zweck wird der zentralste Akteur eines Netzwerks in Bezug zu allen anderen Akteuren des Netzwerks gesetzt (Jansen 2006: 139).

Die Gradzentralisierung gibt Auskunft darüber, wie stark das Gesamtnetzwerk auf einzelne Knoten ausgerichtet ist (Hogan 2008: 150; Jansen 2006: 139). Ein Wert von 1 bedeutet, dass ein Netzwerk maximal zentralisiert ist, ein Wert gegen Null ist Ausdruck einer geringen Zentralisierung. Bei der durchschnittlichen Gradzentralität kann wiederum nach In- und

¹⁷¹ Neben der Gradzentralität stehen noch weitere Zentralitätsmaße mit unterschiedlichen Aussagen zur Verfügung (Mutschke 2010; Hogan 2008: 150). Die Closeness-Zentralität dient beispielsweise häufig der Untersuchung der möglichen Unabhängigkeit und Effizienz von Akteuren, während die Betweenness-Zentralität vor allem ein Maß für die Monopolisierung der Informations- und Ressourcenkontrolle ist (Jansen 2006: 140-141).

Outdegree unterschieden werden. Typischerweise wird bei gerichteten Netzwerken auf die Outdegree-Zentralisierung der Akteure zurückgegriffen, um die Aktivität eines Netzwerks zu bestimmen. Im Fall der hier erhobenen Netzwerke wäre dieser Wert aber aus den oben beschriebenen Gründen verzerrt. Durch die bewusste Auswahl ist auch die Indegree-Zentralisierung der nationalen Netzwerke verzerrt, allerdings in geringerem Maße. Außerdem interessiert im Rahmen dieser Arbeit eher das Prestige eines Akteurs, als seine Aktivität oder Expansivität. Der Vergleich zwischen den verschiedenen nationalen Netzwerken erfolgt daher ausschließlich auf Basis der Indegree-Zentralität.

In stark zentralisierten Netzwerken werden die Informationsflüsse von einigen wenigen Akteuren kontrolliert oder beeinflusst. Diese Akteure werden von vielen anderen im Netzwerk zitiert bzw. verlinkt, also in jedem Fall beobachtet (Hogan 2008: 150). Die Durchsetzung von Ideen erfolgt in diesen Netzwerken effizienter. In egalitäreren Netzwerken verlaufen die Informationsflüsse dagegen vielfältiger und werden unter Umständen von weniger Akteuren wahrgenommen (Ikeda/Yasuda 2015: 1509).

Zusätzlich werden mit der *Connectedness* und dem *Diameter* noch zwei Beschreibungsmaße für Netzwerke angeführt, die helfen, die Größe und Verbundenheit eines Netzwerks besser einzuschätzen. Die *Connectedness* beschreibt demnach, wieviel Prozent aller Knotenpaare eines Netzwerks miteinander verbunden sind. Der *Diameter* ist ein weiteres Maß der Netzwerkgröße. Dabei handelt es sich um die längste kürzeste Distanz zwischen zwei Knoten in einem Netzwerk. Je länger sie zwischen zwei Knoten ist, desto „störungsanfälliger“ (Jansen 2006: 97) ist die Beziehung zwischen den beiden Knoten und desto länger und komplizierter gestaltet sich die Informationsübertragung zwischen ihnen (Jansen 2006: 97).

Die *Sprecher-Netzwerke* basieren auf den Zitationsbeziehungen zwischen Blogbetreiber und Sprecher. Dabei gingen nur diejenigen Seed-Blogs in das Netzwerk ein, die auch tatsächlich Sprecher in ihren Beiträgen zitieren (n=145). Die verschiedenen nationalen Netzwerke der sichtbarsten WiFi-Blogs variieren stark hinsichtlich ihrer Größe und spiegeln dadurch vermutlich die Verhältnisse der verschiedenen Blogosphären annähernd wieder. Zunächst fällt auf, dass die Anzahl der Knoten des deutschen, spanischen und US-amerikanischen Netzwerks wesentlich stärker variiert, als die Anzahl der Seed-Blogs, auf denen sie jeweils basieren, vermuten lassen (Tabelle 14). Dies liegt daran, dass die verschiedenen Blognationalitäten unterschiedlich viele Sprecher zitieren (Kapitel 8.1.3).

Tab. 14: Die Sprecher-Netzwerke der verschiedenen Nationen² im Vergleich

Netzwerkmaße	Deutsche Blogs	Schweizerische Blogs	Spanische Blogs	US-amerikanische Blogs	Britische Blogs
Anzahl Seed-Blogs ³	37	5	37	46	20
Anzahl Knoten	189	41	231	351	158
Anzahl Kanten	203	37	339	455	172
Dyad Reciprocity	0	0	0	0	0
Connectedness ¹	0,006	0,023	0,008	0,007	0,007
Diameter ¹	2	1	2	4	2
Dichte ¹	0,006	0,027	0,008	0,004	0,008
Av. Degree ¹	1,069	0,902	1,459	1,293	1,076
Av. Weighted Degree ¹	1,122	1,073	1,835	1,453	1,253
Out-degree-Zentralisierung ¹	0,0148	0,0115	0,0044	0,0043	0,0095
Indegree-Zentralisierung ¹	0,0035	0,0031	0,0042	0,0014	0,0011

¹Von der Größe eines Netzwerks abhängiges Netzwerkmaß. ²Es wurden nur diejenigen Nationen berücksichtigt, die mit mehr als 5 Blogs in der Seed-Stichprobe vertreten sind (n=5 Nationen + International). ³Seed-Blogs der reduzierten Nationen, die Sprecher zitieren (n=145).

Mit Abstand die meisten Knoten enthält das US-amerikanische Netzwerk gefolgt von dem spanischen und dem deutschen. Das britische Netzwerk basiert nur auf etwas weniger Knoten als das deutsche und das spanische.

Die geringste *Anzahl Knoten* weist das schweizerische Netzwerk auf, das allerdings auch mit Abstand auf der geringsten Anzahl von Seed-Blogs aufbaut. Die *Anzahl der Kanten*, also der Zitationsbeziehungen, unterliegt der gleichen Rangfolge. In keinem der nationalen Netzwerke finden sich *reziproke Beziehungen*, was aber für die Art der erfassten Sprecher-Netzwerke nicht ungewöhnlich ist.

Die weiteren Maßzahlen sind jeweils von der Größe der Netzwerke abhängig und können daher nicht direkt miteinander verglichen werden. Ein Vergleich ist nur auf einer ganz allgemeinen Ebene und immer in Bezug zur Netzwerkgröße möglich. Auf dieser Ebene soll im Folgenden den Fragen nachgegangen werden, wie vernetzt die einzelnen Nationen im Hinblick auf verschiedene Netzwerkmaße sind (FF2a) und inwiefern sie sich diesbezüglich ähneln (FF2b).

Bis auf das wesentlich kleinere schweizerische Netzwerk, bei dem zwei Prozent der Knotenpaare miteinander verbunden sind, liegt die *Verbundenheit* (*Connectedness*) bei den anderen Netzwerken bei unter einem Prozent der Knotenpaare. Auch anhand des *Diameters* ist erkennbar, dass es sich bei dem US-amerikanischen um das größte und bei dem schweizerischen um das kleinste Netzwerk handelt. In dem US-amerikanischen Netzwerk ist die Informationsvermittlung zwischen den Knoten somit unter Umständen störungsanfälliger, als in dem schweizerischen Netzwerk.

Die *Dichte* ist wenig überraschend bei dem US-amerikanischen Netzwerk mit den meisten Knoten am niedrigsten und bei dem schweizerischen Netzwerk mit den wenigsten Akteuren am größten. Die Dichte des spanischen Netzwerks ist trotz der größeren Anzahl an Akteuren genauso groß wie die des britischen Netzwerks. In dem spanischen Netzwerk werden somit mehr Zitationsbeziehungen zwischen den Knoten realisiert. Die Dichte des US-amerikanischen Netzwerks ist nur unwesentlich geringer als die des deutschen, spanischen oder britischen Sprecher-Netzes, was ebenfalls auf verhältnismäßig mehr Zitationsbeziehungen hindeutet. Die US-amerikanische Blogosphäre scheint also tatsächlich dichter vernetzt zu sein, als die der anderen Nationen (*H2.1*).

Das Verhältnis der *Indegree-Zentralisierung* entspricht nicht der anhand der unterschiedlichen Größen erwartbaren Rangfolge. Das zweitgrößte spanische Netzwerk besitzt die höchste Indegree-Zentralisierung, gefolgt von dem deutschen und dem schweizerischen Netzwerk. Während bei dem klei-

nen schweizerischen Netz eine hohe Zentralisierung wahrscheinlich ist, erweisen sich das spanische und deutsche Zitationsnetzwerk jeweils als verhältnismäßig stark zentralisiert. Umgekehrt erzielen das große US-amerikanische und das wesentlich kleinere britische Netzwerk ebenfalls ähnlich niedrige Indegree-Zentralisierungswerte. Insbesondere das britische Netzwerk scheint verhältnismäßig egalitär zu sein.

In dem deutschen und spanischen Netzwerk spielen also einzelne Akteure eine herausragende Rolle bei der Informationsvermittlung im Rahmen des Diskurses zur GWFK, während die Diskussion in dem britischen Netzwerk im Vergleich ausgeglichener über viele Köpfe verteilt ist, auf die Gefahr hin, dass bestimmte Inhalte nur von wenigen Diskursteilnehmern wahrgenommen werden. Zieht man die Indegree-Zentralisierung von Netzwerken als Maß für die Systemintegration öffentlicher Diskurse heran, so kann man aus dem untersuchten Beispieldiskurs schlussfolgern, dass in Bezug auf die zitierten Sprecher das deutsche und das spanische Netzwerk verhältnismäßig stark und das britische verhältnismäßig gering integriert sind. Ob es sich um eine transnationale Form der Integration handelt bleibt dabei vorerst noch außer Acht.

Neben den Vergleichen auf Basis allgemeiner Beschreibungsmaße für Netzwerke wird die *Homophilie* der nationalen Netzwerke geprüft und verglichen. Homophilie beschreibt die Tendenz, dass sich durch soziale Beziehungen verbundene Personen oft in ihren Eigenschaften ähnlicher sind, als zwei zufällig ausgewählte Personen, gemäß dem Sprichwort ‚gleich und gleich gesellt sich gern‘. Im Kontext der Öffentlichkeitsforschung, und insbesondere des deliberativen Ansatzes (Ikeda/Yasuda 2015: 1509), ist das Homophilie-Maß besonders interessant, gerade im Hinblick auf die Akteursvielfalt. Von zentralem Interesse im Rahmen dieser Studie zu transnationalen und transkultureller Öffentlichkeit ist die Ähnlichkeit in Bezug auf die nationale und Sprachraumzugehörigkeit der Knoten. Für den Vergleich der nationalen Netzwerke wird dabei auf die Nationalität und Sprachraumzugehörigkeit der Knoten zurückgegriffen. Um den ermittelten Wert besser interpretieren zu können, wird zusätzlich die Homophilie in Bezug auf ein alternatives Strukturierungsmerkmal bestimmt, das keine transnationale oder -kulturelle Integration beschreibt. Für die Sprecher-Netzwerke ist das der journalistische Hintergrund der einzelnen Akteure und für die Link-Netzwerke der inhaltliche Schwerpunkt der Websites. Das ermöglicht jeweils die Bedeutung nationaler und kultureller Grenzen im Vergleich zu anderen sozialen Grenzen in öffentlichen Diskursen im Internet zu beurteilen.

Als Maß für Homophilie dient *der E-I-Index* (Krackhardt/Stern 1988: 127), der in der sozialen Netzwerkforschung und insbesondere in der Kommunikationswissenschaft bereits vielfach verwendet wird (Adam 2007; Nurnbergk/Neubarth 2016). Dieser Index setzt gruppeninterne Beziehungen von Akteuren in ein Verhältnis zu gruppenexternen Beziehungen, wobei die Grenzen der Gruppen durch verschiedene Akteursattribute abgesteckt werden. In diesem Fall werden erstens von allen auf andere Sprachräume gerichteten, die auf den eigenen Sprachraum gerichteten Beziehungen abgezogen. Analog dazu wird jeweils mit den nationalen und akteurstypischen Grenzen verfahren. Anschließend erfolgt eine Normierung durch die Teilung der Differenz durch alle von einem Akteur ausgehenden Beziehungen, wodurch der Index Werte zwischen -1 und +1 annehmen kann. Ein Wert von -1 steht dabei für einen hohen Grad an Homophilie, das heißt dass sich vor allem gleichsprachige Akteure, Akteure der gleichen Nation, desgleichen Akteurstyp oder Themenschwerpunkt gegenseitig zitieren oder verlinken. Umgekehrt bedeutet ein Wert von +1, dass vor allem anderssprachige Akteure, Akteure aus unterschiedlichen Nationen, unterschiedliche Akteurstypen oder Themenschwerpunkte zu Wort kommen oder verlinkt werden (Adam 2007: 205; Alvarez 2015: 14-16). Werte größer Null können also, je nach Attribut, für eine horizontale transkulturelle bzw. -nationale Entgrenzung der Blogs stehen.

Der Wert für Homophilie wird von UCINET jeweils für einzelne Akteure, Subgruppen und das Gesamtnetzwerk berechnet, aber nur die Werte auf der Gesamtebene sind in Bezug auf Netzwerkgröße und -dichte normiert und somit zwischen unterschiedlichen Netzwerken vergleichbar (Alvarez 2015: 16). Daher werden in diesem Kapitel lediglich die Werte auf der Gesamtebene betrachtet (Tabelle 15). Da Netzwerkdaten nicht die Voraussetzungen für herkömmliche parametrische Signifikanztests erfüllen,

wird auf *Permutationstests* zurückgegriffen, um die Signifikanz des jeweiligen E-I-Index zu ermitteln.¹⁷² Die Ergebnisse der Permutationstests werden in einer separaten Tabelle aufgeführt (Anhang A39).¹⁷³

Betrachtet man zunächst die verschiedenen Strukturierungsmerkmale für jede Nation separat, zeigt sich bei den *deutschen Blogs* lediglich in Bezug auf die Sprachraumzugehörigkeit der zitierten Sprecher ein Hinweis auf einen größeren Grad an Homophilie. In Bezug auf die Nationalität der zitierten Sprecher und ihres professionell-journalistischen Hintergrunds liegen die Werte in der Nähe des Werts Null. Das Verhältnis zwischen In- und Outgroup-Orientierung scheint für diese beiden Strukturierungsmerkmale also recht ausgeglichen zu sein. Von den deutschsprachigen Blogs werden folglich eher gleichsprachige Akteure zitiert. Deutsche Sprecher und diejenigen anderer Nationen halten sich dagegen ungefähr die Waage, was auf eine recht hohe horizontal transnationale Entgrenzung offensichtlich überwiegend in andere deutschsprachige Länder hinweist. Deutsche bloggende Journalisten zitieren dagegen nicht hauptsächlich andere Journalisten, sondern fast genauso viele Sprecher ohne journalistischen Hintergrund. Der E-I-Index für den journalistischen Hintergrund eines Akteurs erweist sich aber im Abgleich mit den Permutationstests als nicht signifikant. Über alle drei Strukturierungsmerkmale hinweg scheint also die Sprachraumzugehörigkeit das Sprechernetzwerk am stärksten zu formen und zwar mit homophiler Tendenz.

Bei den *schweizerischen Blogs* zeigt sich ein anderes Bild. In Bezug auf die Nationalität der zitierten Sprecher erweist sich das Netzwerk als maximal heterophil, das heißt, dass schweizerische Blogs ausschließlich Blogger anderer Nationen zitieren. Nur etwas weniger heterophil ist das

¹⁷² Permutationstests simulieren eine große Anzahl an Netzwerken, basierend auf den Parametern zu Dichte und Gruppengröße. In den simulierten Netzwerken werden die Beziehungen zwischen den Akteuren zufällig angeordnet. Mithilfe der verschiedenen E-I-Indizes der simulierten Netzwerke wird eine Verteilung möglicher E-I-Indizes erstellt. Ihr Mittelwert stellt den jeweils erwartbaren E-I-Index dar. In einem weiteren Schritt wird der tatsächlich beobachtete Wert mit dem erwartbaren E-I-Index abgeglichen. Liegt er innerhalb der 2,5-Prozent-Grenze, kann er als signifikant angesehen werden, was bedeutet, dass er höchstwahrscheinlich nicht zufällig zustande kam (Alvarez 2015: 15).

¹⁷³ Anhang A39 enthält die beobachteten Werte des E-I-Index der einzelnen Netzwerke, gefolgt von dem Minimum, Mittelwert, Maximum und der Standardabweichung der Permutationstests. Ergänzend enthält sie Informationen zu der Anzahl der Werte, die größer bzw. kleiner sind als der tatsächlich beobachtete Wert. Sie werden in Form von Wahrscheinlichkeiten dargestellt und können als p-Werte betrachtet werden.

Tab. 15: E-I-Indizes der Sprecher-Netzwerke der verschiedenen Nationen¹ im Vergleich

Netzwerkmaße	Deutsche Blogs	Schweizerische Blogs	Spanische Blogs	US-amerikanische Blogs	Britische Blogs
Anzahl Knoten	189	41	231	351	158
Anzahl Kanten	203	37	339	455	172
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>					
E-I-Index	-0,208*	0,838*	0,169	-0,251*	-0,059
Erwarteter E-I-Index	0,020	0,324	0,355	-0,040	0,127
<i>Nationalität</i>					
E-I-Index	-0,069*	1,000*	0,193	0,053	0,318
Erwarteter E-I-Index	0,254	0,705	0,529	0,378	0,615
<i>Professionell-journalistischer Akteurstyp</i>					
E-I-Index	0,079	-0,135	-0,318	0,088*	0,376*
Erwarteter E-I-Index	-0,060	-0,405	-0,301	-0,172	-0,253

* $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$; *** $p \leq 0,001$. ¹Es wurden nur diejenigen Nationen berücksichtigt, die mit mehr als 5 Blogs in der Seed-Stichprobe vertreten sind (n=5 Nationen + International).

schweizerische Sprecher-Netzwerk hinsichtlich der Sprachraumzugehörigkeit der zitierten Sprecher. Es kommen also insbesondere fremdsprachige Akteure zu Wort. Der E-I-Index für den professionell-journalistischen Hintergrund der Sprecher ist auch hier nicht signifikant, muss also mit Vorsicht gewertet werden. Er tendiert aber nur leicht in Richtung Homophilie. Journalistische schweizerische Blogger zitieren also etwas stärker Journalisten und nicht-journalistische Blogs etwas häufiger nicht-journalistische Sprecher.

Die E-I-Indizes der *spanischen Blogs* sind allesamt nicht signifikant und können somit nur für die untersuchten Blogs besprochen und verglichen werden. Ihre Verallgemeinerbarkeit muss hinterfragt werden. Die Werte für die kulturelle und die nationale Zugehörigkeit der Sprecher liegen nah beieinander mit leicht heterophiler Tendenz. Spanische Blogs zitieren also sowohl eher Sprecher anderer Sprachräume, als auch anderer Nationen. In Bezug auf den journalistischen Hintergrund der zitierten Sprecher zeigt sich dagegen eine stärkere homophile Tendenz. Das heißt, dass journalistische und nicht-journalistische Blogger stärker Personen der eigenen Gruppe zitieren. Spanische Blogs sind also transkulturell und transnational ebenfalls recht stark entgrenzt. Insgesamt scheint die Gruppenbildung innerhalb des spanischen Sprecher-Netzwerks aber stärker entlang anderer Akteursmerkmale, wie dem journalistischen Hintergrund zu erfolgen.

Die *US-amerikanischen Blogs* erweisen sich hinsichtlich des Zitierens von Sprechern des eigenen Sprachraums oder fremder Sprachräume als recht homophil. Sie zitieren also überwiegend englischsprachige Sprecher. Die E-I-Indizes für die Nationalität sowie des journalistischen Hintergrunds des zitierten Akteurs liegen in der Nähe des Wertes Null. Das heißt, dass US-amerikanische Blogs nicht mehrheitlich US-amerikanische Sprecher zitieren, sondern auch diejenigen anderer Nationen berücksichtigen, allerdings stammen sie dann häufig aus anderen englischsprachigen Nationen. Der E-I-Index für die Nationalität des Sprechers erweist sich aber in den Permutationstests als nicht signifikant und muss daher vorsichtig interpretiert werden. Auch im Hinblick auf den journalistischen Hintergrund der zitierten Sprecher zeigt sich keine starke Gruppierung. Journalistische US-amerikanische Blogger zitieren ausgewogen Journalisten und Nicht-Journalisten, genau wie nicht-journalistische US-amerikanische Blogger. US-amerikanische Blogger sind also transkulturell eher wenig entgrenzt, während sie transnational horizontal recht entgrenzt zitieren. In erster Linie scheint die Sprachraumzugehörigkeit ihren Diskurs zu strukturieren.

Für die *britischen Blogs* erweist sich nur der E-I-Index des journalistischen Hintergrunds als signifikant. Die beiden anderen Werte können lediglich auf die untersuchte Stichprobe bezogen werden. Hinsichtlich der Sprachraumzugehörigkeit der zitierten Sprecher liegt der Wert nah an Null, was eher auf eine ausgewogene Verteilung der zitierten Akteure über verschiedene Sprachräume hinweg hindeutet. Die beiden anderen Indizes zeigen eine mittlere Tendenz in Richtung Heterophilie. Britische Blogs zitieren also häufiger Sprecher anderer Nationen als der eigenen. Sie sind diesbezüglich sehr horizontal transnational entgrenzt. Außerdem zitieren journalistische britische Blogger überwiegend nicht-journalistische Akteure und umgekehrt nicht-journalistische Blogger häufiger journalistische Sprecher. Der professionell-journalistische Hintergrund der Blogger scheint die Zitierpraktiken also noch etwas stärker zu steuern als ihre nationale Zugehörigkeit. Die Sprachraumzugehörigkeit ist eher weniger für die Gruppierung verantwortlich.

Ein Blick auf die Höhe der E-I-Indizes, ungeachtet der Tendenz, zeigt, dass die Sprecher-Netzwerke der verschiedenen Nationen insgesamt von den *drei untersuchten Merkmalen* unterschiedlich stark strukturiert werden (FF2c). Die Gruppenbildung erfolgt allgemein eher anhand der kulturellen oder nationalen Zugehörigkeit der Sprecher, als anhand ihres professionell-journalistischen Hintergrundes. Lediglich auf die zitierten Sprecher der spanischen und britischen Blogs hat ihr journalistischer Hintergrund einen größeren Einfluss, als die kulturelle oder nationale Zugehörigkeit der Sprecher. Im Vergleich werden in Bezug auf die Sprachraumzugehörigkeit der zitierten Akteure höhere E-I-Indizes erzielt, als bezüglich ihrer Nationalität. Berücksichtigt man zusätzlich auch die Tendenz der Indizes, wird offensichtlich, dass sich *die verschiedenen Nationen hinsichtlich der verschiedenen Strukturierungsmerkmale doch deutlich voneinander unterscheiden* (FF2d).

In Bezug auf *die Sprachraumzugehörigkeit der zitierten Sprecher* erweisen sich die schweizerischen Blogs als am heterophilsten, gefolgt von den spanischen Angeboten. Hier findet sich die stärkste transkulturelle Entgrenzung, indem die Angebote dieser Sprachräume eher anderssprachige Akteure zu Wort kommen lassen, als diejenigen des jeweils eigenen Sprachraums. Für die schweizerischen Blogs ist das nicht sehr verwunderlich, stammen sie doch aus einem kleinen und zudem mehrsprachigen Land, das im Rahmen des untersuchten Diskursauschnitts eher eine Außenseiterrolle einnimmt und eher die Entscheidungen und Ereignisse in anderen Ländern beobachtet. Für spanische Blogs kann die starke Orientierung auf Sprecher anderer Sprachräume vor allem durch die anderssprachigen EU-Mitgliedsländer erklärt werden, die über Hilfen für Spanien entscheiden

mussten. Britische Blogs zitieren ausgewogen Sprecher des eigenen und aus fremden Sprachräumen. Aber gemessen an den von Wessler et al. (2008) formulierten Erwartungen bezüglich des Verhältnisses von nationalen und transnationalen Indikatoren können auch im Rahmen der Homophilie-Messung ausgewogene Werte bereits als eine gewisse transkulturelle Entgrenzung gewertet werden. In diesem Sinne sind britische Blogs ebenfalls leicht transkulturell entgrenzt. Besonders für ein englischsprachiges Land ist das im Internet nicht selbstverständlich. Vermutlich wirkt hier die zum Untersuchungszeitpunkt noch vorhandene Einbindung Großbritanniens in die EU transkulturalisierend. Deutsche und US-amerikanische Blogs erweisen sich als recht homophil. Blogs beider Nationen und allen voran die US-amerikanischen Blogs zitieren in erster Linie Sprecher des jeweils eigenen Sprachraums. Für die US-amerikanischen Blogs mag das noch bedeuten, dass Akteure aus den zahlreichen anderen englischsprachigen Ländern zu Wort kommen. Für die deutschen Blogs weist der hohe Grad an Homophilie dagegen auf mangelnde Berücksichtigung anderer Sprachräume hin. Insbesondere weil während des Untersuchungszeitraums der Fokus auf der Spanienkrise lag, müssten Sprecher aus diesem und den anderen Krisenländern zu Wort kommen.

Hinsichtlich *der Nationalität der zitierten Sprecher* unterscheiden sich die verschiedenen nationalen Blogs ebenfalls. Wieder sind die schweizerischen Blogs am heterophilsten. Der spezifischere Blick auf den nationalen Hintergrund der Sprecher zeigt, dass schweizerische Blogs ausschließlich Sprecher anderer Nationen zitieren. Sie sind also maximal horizontal transnational entgrenzt. Britische, und in etwas geringerem Ausmaß spanische Blogs, sind ebenfalls recht heterophil. Die starke transnationale Orientierung der spanischen und britischen Blogs kann vermutlich wieder durch ihre Mitgliedschaft in der EU und dem thematischen Schwerpunkt des Diskurses erklärt werden. Deutsche und US-amerikanische Blogs zeigen E-I-Indizes nahe des Wertes Null. Sie zitieren also recht ausgewogen Sprecher der eigenen und aus fremden Nationen. Auch das muss allerdings schon als transnationale Entgrenzung gewertet werden. Es ist nicht selbstverständlich, dass der Fokus gleichermaßen auf dem Aus- wie auf dem Inland liegt.

In Bezug auf *den professionell-journalistischen Hintergrund der Sprecher* sind die britischen Blogs besonders heterophil. Hier zitieren journalistische Blogger insbesondere nicht-journalistische Akteure und umgekehrt. Im Gegensatz dazu erweisen sich das schweizerische und spanische Sprecher-Netzwerk diesbezüglich als homophil. Journalistische und nicht-journalistische Blogger zitieren also jeweils eher ihresgleichen. Bei den deutschen und US-amerikanischen Blogs ist das Verhältnis eher ausgeglichen.

8.3.1.2 Nationale Vernetzung: Link-Netzwerke

Neben den Sprecher-Netzwerken wurden die Link-Netzwerke zwischen den Blogs der verschiedenen Nationen erfasst. Zu diesem Zweck wurden lediglich die drei zuerst gesetzten externen Links je Posting codiert und auf Blogebene aggregiert. Die in diesem Kapitel verglichenen Netzwerke basieren folglich nur auf denjenigen Blogs, die im Untersuchungszeitraum auch tatsächlich externe Websites verlinkt haben (n=139). Darüber hinaus werden zwecks besserer Aussagekraft, Vergleichbar- und Interpretierbarkeit wieder nur die fünf häufigsten Seed-Blagnationen berücksichtigt. Um den Grad der Systemintegration (Kapitel 8.3.1) bestimmen zu können, werden wieder die in Kapitel 8.3.1.1 bereits eingeführten *Gesamtnetzwerkmaße* berechnet.

Die verschiedenen nationalen Link-Netzwerke variieren, wie die Sprecher-Netzwerke, stark hinsichtlich ihrer *Größe* (Tabelle 16). Auch hier ist das US-amerikanische Link-Netzwerk im Vergleich zu dem deutschen überproportional groß, obwohl von ähnlich vielen Seed-Blogs ausgegangen wird. Während das deutsche und das spanische Link-Netz auf ähnlich vielen Knoten basiert, ist das US-amerikanische Netzwerk rund anderthalbmal so groß wie das deutsche. Obwohl das spanische Sprecher-Netzwerk auf etwas weniger Seed-Blogs aufsetzt, ist es fast genauso groß wie das deutsche. Das deutsche und das spanische Netzwerk sind fast anderthalbmal so groß wie das britische Link-Netzwerk, das allerdings auch nur auf halb so vielen Seed-Blogs basiert. Am kleinsten ist das schweizerische Netzwerk. Hier spiegeln sich Unterschiede in den Verlinkungspraktiken wider (Kapitel 8.1.4). Die US-amerikanischen und britischen Blogs verlinken also vergleichsweise viel.

Die Verteilung der *Kantenzahl* folgt wieder der gleichen Rangfolge. Keines der nationalen Link-Netzwerke enthält *reziproke* Beziehungen. Die im Folgenden beschriebenen Netzwerkmaße sind wiederum von der Größe der Netzwerke abhängig und werden daher nur jeweils in Bezug zur *Knotenzahl* verglichen. Durch diesen allgemeinen Vergleich sollen die beiden Forschungsfragen, wie vernetzt die einzelnen Nationen im Hinblick auf verschiedene Netzwerkmaße sind (FF2a) und inwiefern sie sich diesbezüglich ähneln (FF2b), weitergehend beantwortet werden.

Tab. 16: Die Link-Netzwerke der verschiedenen Nationen² im Vergleich

Netzwerkmaße	Deutsche Blogs	Schweizerische Blogs	Spanische Blogs	US-amerikanische Blogs	Britische Blogs
Anzahl Seed-Blogs ³	38	6	29	46	20
Anzahl Knoten	145	35	140	211	97
Anzahl Kanten	190	32	185	332	109
Dyad Reciprocity	0	0	0	0	0
Connectedness ¹	0,015	0,027	0,018	0,015	0,019
Diameter ¹	6	1	3	4	2
Dichte ¹	0,012	0,037	0,013	0,010	0,019
Av. Degree ¹	1,310	0,914	1,321	1,573	1,124
Av. Weighted Degree ¹	1,752	1,257	1,850	2,133	1,804
Out-degree-Zentralisierung ¹	0,0079	0,0832	0,0029	0,0008	0,0089
Indegree-Zentralisierung ¹	0,0040	0,0059	0,0031	0,0011	0,0017

¹Von der Größe eines Netzwerks abhängiges Netzwerkmaß. ²Es wurden nur diejenigen Nationen berücksichtigt, die mit mehr als 5 Blogs in der Seed-Stichprobe vertreten sind (n=5 Nationen + International). ³Seed-Blogs der reduzierten Nationen, die extern Verlinken (n=139).

Das sehr viel kleinere schweizerische Netzwerk weist wenig überraschend die größte *Verbundenheit* (*Connectedness*) auf. Insgesamt 2,7 Prozent seiner Knotenpaare sind miteinander verbunden. Bei dem ebenfalls kleinen britischen Netzwerk liegt die Verbundenheit immerhin noch bei 1,9 Prozent. Das anderthalbmal so große spanische Netzwerk besitzt mit 1,8 Prozent einen ähnlich starken Verbundenheitsgrad. Das spanische Netzwerk ist also vergleichsweise lockerer verbunden. Das deutsche und das US-amerikanische Netzwerk besitzen mit 1,5 Prozent der Knotenpaare eine gleich starke Verbundenheit, die aber für das wesentlich größere US-amerikanische Netzwerk erheblich schwerer zu erzielen ist. Über alle fünf Nationen hinweg liegt die Verbundenheit der Link-Netzwerke leicht über derjenigen der Sprecher-Netzwerke.

Die starke Integration des US-amerikanischen Netzwerks wird zusätzlich durch den Wert des *Diameters* unterstrichen. Obwohl das US-amerikanische Link-Netzwerk fast anderthalbmal so groß ist wie das deutsche, beträgt die längste kürzeste Distanz zwischen zwei Knoten lediglich vier anstatt sechs Pfade. In dem deutschen Netzwerk finden sich längere kürzeste Pfade, was darauf hindeutet, dass die Informationsvermittlung dort störungsanfälliger ist.

Die *Dichte* der Netzwerke verhält sich wenig überraschend umgekehrt proportional zu ihrer Größe. Das Netz mit den meisten Knoten weist die geringste Dichte auf. Dennoch unterscheidet sich die Dichte des US-amerikanischen Netzwerks nur unwesentlich von den kleineren deutschen und spanischen Link-Netzwerken, was wiederum auf mehr realisierte Beziehungen im US-amerikanischen Netz hindeutet. Auch auf der Ebene der Link-Netzwerke sind die US-amerikanischen Blogs folglich dichter vernetzt, als die Netzwerke der anderen Nationen (*H2.1*).

Die *Indegree-Zentralisierung* der nationalen Link-Netzwerke richtet sich nicht nach ihrer Größe, obwohl es für große Netzwerke schwieriger ist, einen hohen Indegree zu erzielen. Das schweizerische Netzwerk weist den höchsten Grad an Indegree-Zentralisierung auf, gefolgt von dem wesentlich größeren deutschen Netzwerk. Das ähnlich große spanische Netzwerk ist im Vergleich zum deutschen weniger indegree-zentralisiert. An vierter Stelle steht das recht kleine britische Netzwerk und nur unwesentlich weniger stark zentralisiert ist das größte US-amerikanische Link-Netzwerk. Allgemein können also das deutsche und das US-amerikanische Link-Netzwerk als verhältnismäßig stark zentralisiert angesehen werden, während das britische Netz vergleichsweise egalitär ist. In dem den von deutschen und US-amerikanischen Blogs ausgehenden Link-Netzen spielen also einige

wenige Akteure herausragende Rollen, indem auf sie besonders häufig verlinkt wird. In dem britischen Netzwerk werden dagegen viele unterschiedliche Akteure gleichmäßiger verlinkt.

Die ersteren beiden Netzwerke sind folglich stärker systemintegriert, als das britische Netz. Es bleibt die Frage bestehen, was öffentlichkeitstheoretisch wünschenswerter ist. Während in den zentralisierteren Kommunikationsnetzwerken vermutlich die Informationsweitergabe effizienter gestaltet werden kann, ist die Debatte zur Spanienkrise im Rahmen der GWFK unter britischen Bloggern auf mehrere Websites gleichberechtigter verteilt. Bei Letzteren werden mehr Akteure gleichermaßen beteiligt, was eher dem deliberativen Ideal von Öffentlichkeit entspricht. Mithilfe der Gesamtnetzwerkmaße kann wieder nur der allgemeine Integrationsgrad der einzelnen nationalen Netzwerke beurteilt werden.

Um zu bestimmen, inwiefern kulturelle und nationale Merkmale der Blogs und der von ihnen verlinkten Websites den Diskurs strukturieren, bzw. wie transnational dieser strukturiert ist, werden im Folgenden wieder verschiedene Homophiliemaße (Kapitel 8.3.1.1) ermittelt und ausgewertet (Tabelle 17).

Die *deutschen Blogs* erweisen sich sowohl hinsichtlich der Sprachraumzugehörigkeit der von ihnen verlinkten Websites als auch ihrer nationalen Zugehörigkeit als recht homophil. Die von ihnen verlinkten Internetangebote sind zu großen Teilen ebenfalls deutschsprachige Angebote. In etwas geringerem Ausmaß trifft das auf die nationale Zugehörigkeit der Linkziele zu. Die deutschen Blogs sind also auf der Verlinkungsebene weder transnational und noch weniger transkulturell horizontal entgrenzt, da sie sich vor allem auf ihre eigene Nation und Sprachraum fokussieren. Nationale und kulturelle Grenzen haben auf das deutsche Linknetzwerk einen starken Gruppierungseinfluss. Die Abweichung des E-I-Indizes für den inhaltlichen Schwerpunkt der verlinkten Website ist im Vergleich zu den beiden anderen Indizes geringer und zeigt eine leichte heterophile Tendenz.

In den *Permutationstests* erweist sich der Wert aber als nicht signifikant (Anhang A40). Für die untersuchte Stichprobe kann allerdings festgehalten werden, dass deutsche WiFi-Blogs vermehrt Angebote mit anderem inhaltlichem Schwerpunkt verlinken. Im Vergleich strukturiert die Sprachraumzugehörigkeit das deutsche Linknetzwerk am stärksten, gefolgt von der nationalen Zugehörigkeit der Angebote. Der inhaltliche Schwerpunkt hat dagegen einen vergleichsweise geringen Strukturierungseffekt.

Tab. 17: E-I-Indizes der Link-Netzwerke der verschiedenen Nationen¹ im Vergleich

Netzwerkmaße	Deutsche Blogs	Schweizerische Blogs	Spanische Blogs	US-amerikanische Blogs	Britische Blogs
Anzahl Knoten	145	35	140	211	97
Anzahl Kanten	190	32	185	332	109
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>					
E-I-Index	-0,579*	0,625*	-0,200*	-0,867*	-0,725
Erwarteter E-I-Index	-0,314	0,193	0,092	-0,712	-0,579
<i>Nationalität</i>					
E-I-Index	-0,389*	0,875	-0,124*	-0,313*	0,413
Erwarteter E-I-Index	-0,018	0,694	0,243	-0,008	0,521
<i>Inhaltlicher Schwerpunkt</i>					
E-I-Index	0,116	-0,375	0,178	-0,030	-0,083
Erwarteter E-I-Index	0,123	-0,146	0,251	0,091	0,094

*p≤0,05; **p≤0,01; ***p≤0,001. ¹Es wurden nur diejenigen Nationen berücksichtigt, die mit mehr als 5 Blogs in der Seed-Stichprobe vertreten sind (n=5 Nationen + International).

Bei den *schweizerischen Blogs* zeigt sich die umgekehrte Tendenz. In Bezug auf die kulturelle und nationale Zugehörigkeit der Linkziele sind die schweizerischen Blogs sehr heterophil. Sie verlinken also überwiegend Websites anderer Sprachräume und Nationen, wobei der E-I-Index für die nationale Zugehörigkeit einen größeren Grad an Heterophilie ausweist, als für die kulturelle Zugehörigkeit. Allerdings ist lediglich der E-I-Index für die Sprachraumzugehörigkeit der Linkziele signifikant. Sie verlinken also in erster Linie Websites aus dem deutschsprachigen Ausland. Die schweizerischen Blogs erweisen sich folglich, wie schon auf der Ebene der Sprecher-Netzwerke, wenn auch nicht ganz so stark, als sehr transnational und -kulturell entgrenzt. Umgekehrt zeigt der Index für den inhaltlichen Schwerpunkt eine mittlere homophile Tendenz. Schweizerische WiFi-Blogs verlinken also überwiegend andere Internetangebote zu dem Thema Wirtschaft und Finanzen. Der Vergleich der Beträge der Indizes, ungeachtet ihrer Tendenz, deutet darauf hin, dass das Link-Netzwerk der schweizerischen Blogs zur GWFK am stärksten durch nationale und etwas weniger durch kulturelle Grenzen strukturiert wird. Der Inhalt der Websites spielt dagegen eine untergeordnete Rolle bei der Strukturierung des Diskurses.

Die E-I-Indizes für die drei Merkmale der Linkziele der *spanischen Blogs* erreichen vergleichsweise geringere Werte. Im Hinblick auf die kulturelle und nationale Zugehörigkeit der verlinkten Websites sind sie homophil, wobei sie noch etwas stärker Websites desselben Sprachraums als derselben Nation verlinken. Die spanischen Blogs sind folglich nicht sehr transkulturell und -national entgrenzt. Hinsichtlich des inhaltlichen Schwerpunkts weisen sie eine leicht heterophile Tendenz auf, das heißt sie verlinken überwiegend Websites mit einem anderen Inhalt als Wirtschafts- und Finanzthemen. Im Vergleich wird das Link-Netzwerk der spanischen Blogs noch am stärksten durch die Sprachraumzugehörigkeit der Linkziele strukturiert, gefolgt vom inhaltlichen Schwerpunkt. Die nationale Zugehörigkeit der verlinkten Website steht erst an dritter Stelle.

Die *US-amerikanischen Blogs* sind in Bezug auf alle drei Linkzielattribute homophil, allerdings in höchst unterschiedlichem Ausmaß. Am stärksten verlinken sie auf Websites des gleichen Sprachraums. In Bezug auf die Nationalität der Linkziele zeigt sich nur ein mittelstarker Grad an Homophilie. US-amerikanische Blogs sind also sehr wenig transkulturell und wenig transnational entgrenzt und konzentrieren sich hinsichtlich der von ihnen verlinkten Websites eher auf den eigenen Sprachraum und die eigene Nation. Der Wert in Bezug auf den inhaltlichen Schwerpunkt der Linkziele liegt nahe Null. Das Verhältnis verlinkter Websites mit dem Inhalt Wirt-

schaft und Finanzen und derjenigen mit anderen inhaltlichen Schwerpunkten kann daher als einigermaßen ausgewogen gewertet werden. Das US-amerikanische Link-Netzwerk wird folglich im Vergleich in erster Linie durch die Sprachraumzugehörigkeit der Websites strukturiert und etwas weniger durch die Nationalität der Angebote. Ihr Inhalt scheint im Vergleich eher nebensächlich zu sein.

Die E-I-Indizes der *britischen Blogs* sind allesamt nicht signifikant und besitzen folglich nur Gültigkeit für die untersuchte Stichprobe. Die drei verschiedenen Merkmale zeigen sehr unterschiedliche Werte und Tendenzen. In Bezug auf die Sprachraumzugehörigkeit der Linkziele zeigt sich eine starke homophile Tendenz. Britische Blogs verlinken also zu einem Großteil andere englischsprachige Websites. Hinsichtlich der nationalen Zugehörigkeit der verlinkten Websites sind sie dagegen eher heterophil, indem sie überwiegend auf Websites anderer Nationen verweisen. Die britischen Blogs verlinken folglich vor allem auf Websites aus dem englischsprachigen Ausland. In dieser Hinsicht sind sie zwar transnational, aber nicht transkulturell entgrenzt. Der E-I-Index für den inhaltlichen Schwerpunkt der Linkziele ist nahe Null. Der Inhalt der verlinkten Internetangebote ist also ausgewogen.

Über alle fünf Nationen hinweg zeigt der *Vergleich der drei untersuchten Websiteattribute*, dass sie die Link-Netzwerke unterschiedlich stark strukturieren (FF2c). Die Sprachraumzugehörigkeit strukturiert die Link-Netzwerke am stärksten, allerdings mit unterschiedlicher Tendenz. Lediglich bei den schweizerischen Blogs ist die nationale Zugehörigkeit der Linkziele die stärkste strukturierende Kraft. Dennoch wird das Link-Netzwerk nur unwesentlich weniger stark von der nationalen Zugehörigkeit der Websites beeinflusst. Bei den Blogs aller untersuchten Nationen ist der inhaltliche Schwerpunkt weniger relevant für die Strukturbildung, als die kulturelle oder nationale Zugehörigkeit des Linkziels. Kulturelle und nationale Grenzen sind also auch auf der Ebene der Link-Netzwerke im Internet nicht bedeutungslos.

Wird zusätzlich zu dem Betrag der jeweiligen Indizes auch noch ihre Tendenz berücksichtigt, treten die *Unterschiede zwischen den Nationen* deutlich zutage (FF2d). Für die Sprachraum- und nationale Zugehörigkeit der Linkziele können grob zwei, für den inhaltlichen Schwerpunkt der Linkziele drei Lager von Nationen ausgemacht werden. Bezüglich der *Sprachraumzugehörigkeit der verlinkten Websites* bildet die Schweiz das heterophile und die restlichen Nationen das homophile Lager. Keine der Nationen erweist sich diesbezüglich als ausgewogen. Innerhalb des homophilen Lagers erzielen die US-amerikanischen und die britischen Blogs besonders

hohe Werte und die spanischen Angebote einen vergleichsweise geringen. Das bedeutet, dass im Vergleich nur die schweizerischen Blogs als transkulturell entgrenzt anzusehen sind, während die Blogs der anderen Nationen überwiegend innerhalb ihrer Sprachraumgrenzen verlinken.

In Bezug auf *die Nationalität der Linkziele* zeigt sich ein ähnliches Bild. Das heterophile Lager besteht hier allerdings aus den schweizerischen und den britischen Blogs, während die drei anderen Nationen eine homophile Tendenz aufweisen. Folglich sind nur die schweizerischen und die britischen Blogs transnational entgrenzt, wobei die schweizerischen Angebote die britischen noch bei weitem übertreffen. Die Blogs der anderen Nationen verlinken größtenteils innerhalb ihrer Ländergrenzen. Insgesamt liegen hier die Werte der homophilen Nationen aber näher beieinander als bei den heterophilen Nationen oder bei der Sprachraumzugehörigkeit ihrer Linkziele. Die Praxis scheint nationenübergreifend einheitlicher zu sein. Keine Nation zeigt ein ausgewogenes Verhältnis des Verlinkens in- und ausländischer Websites.

Hinsichtlich *des inhaltlichen Schwerpunktes der verlinkten Websites* tendieren die spanischen und die deutschen Blogs zu Heterophilie. Hier werden von den WiFi-Blogs vielfach Websites mit einem anderen Themenschwerpunkt verlinkt. Bei den Linkzielen der US-amerikanischen und der britischen Blogs halten sich Internetangebote mit dem Schwerpunkt Wirtschaft und Finanzen und anderen inhaltlichen Schwerpunkten einigermaßen die Waage. Die schweizerischen Blogs sind als einzige diesbezüglich eindeutig homophil. Sie verlinken überwiegend wirtschaftliche Websites. Die Werte der einzelnen Indizes liegen hier wesentlich enger beieinander als bei den beiden anderen Websiteattributen.

8.3.2 Vergleich der Vernetzung innerhalb einzelner Sprachräume

Nachdem in den vorhergehenden Kapiteln die Strukturierung der verschiedenen nationalen partiellen Netzwerke miteinander verglichen wurde, soll der Vergleich in den folgenden Kapiteln auf der größeren Ebene der Sprachräume wiederholt werden. Auch *in Bezug auf die Sprachräume* geht es darum, *den Grad an Systemintegration zu ermitteln*. Zeigt der Vergleich der Sprachräume ähnliche Muster, als die nationalen Blog-Netzwerke? Berücksichtigt werden die drei Sprachräume, die bereits die Blogauswahl angeleitet haben, nämlich der deutsche, englische und spanische Sprachraum. Die Zuordnung der Blogs zu den drei ausgewählten Sprachräumen bezieht sich dabei ausschließlich auf die Seed-Blogs. Von ihnen ausgehend finden

dann Akteure und Websites anderer Sprachräume Eingang in die jeweiligen Netzwerke.

Im Gegensatz zu den vorigen Kapiteln, in denen nur ausgewählte Nationen für den Vergleich berücksichtigt wurden, basieren die in den nachfolgenden Kapiteln verglichenen Netzwerke auf allen untersuchten Seed-Angeboten. Für die Messung der Strukturierung werden wieder *zwei verschiedene Ebenen von Netzwerken* verglichen, *die Sprecher- und die Linkebene*. Die Sprecher-Netzwerke basieren auf den Beziehungen zwischen Blogbetreiber und zitiertem Sprecher, während die Link-Netzwerke Verbindungen zwischen Seed-Blog und verlinkter Website nachvollziehen (Kapitel 8.3.1). Die Strukturierung selbst wird wie zuvor für die Nationen entlang der Merkmale Sprachraumzugehörigkeit und Nationalität der Akteure und Websites überprüft. Zusätzlich wird noch jeweils ein weiteres Merkmal herangezogen, dass soziale Struktur jenseits transnationaler Entgrenzung beschreibt. Für die Sprecher ist das der professionell-journalistische Hintergrund der Akteure und für die Websites ihr inhaltlicher Schwerpunkt.

8.3.2.1 Kulturelle Vernetzung: Sprecher-Netzwerke

Als erstes werden die drei Sprachräume auf der Ebene der Sprecher-Netzwerke verglichen, also den symbolischen Beziehungen zwischen Blogbetreiber und den in den Postings ihres Blogs zitierten Sprechern. Berücksichtigt werden nur diejenigen Seed-Blogs, die tatsächlich Sprecher in ihren Beiträgen zitieren (n=170). Das Vorgehen bezüglich der Sprecher-Netzwerke und die für die Analyse verwendeten Gesamtnetzwerkmaße werden ausführlich zu Beginn von Kapitel 8.3.1.1 beschrieben. Zunächst werden die Netzwerke anhand dieser Kohäsions-, Zentralisierungs- und Strukturierungsmaße beschrieben und anschließend auf einer deskriptiven Ebene miteinander verglichen.

Wie schon die nationalen Sprecher-Netzwerke variieren auch die Sprachraum-Netzwerke dieser Ebene stark bezüglich ihrer *Größe* (Tabelle 18). Da Informationen zur Grundgesamtheit von WiFi-Blogs der verschiedenen Sprachräume fehlen, kann an dieser Stelle allenfalls vermutet werden, dass die Größenverhältnisse ungefähr die tatsächlichen Gegebenheiten widerspiegeln. Die Ergebnisse gelten also nur bezogen auf die untersuchte Stichprobe. Die Blogs der verschiedenen Sprachräume zitieren unterschiedlich viele Sprecher (Kapitel 8.1.3), von denen allerdings je Posting immer nur die drei zuerst genannten Sprecher codiert wurden und dadurch Eingang in die Netzwerke gefunden haben.

Das englischsprachige Netzwerk basiert auf anderthalbmal so vielen Seed-Blogs wie das deutschsprachige Netzwerk und weist auch mehr als anderthalbmal so viele Knoten auf. Das spanischsprachige Netzwerk setzt auf etwas mehr Seed-Blogs auf, enthält aber insgesamt etwas weniger Knoten als das deutschsprachige Netzwerk. Das englischsprachige Netzwerk enthält ebenfalls die meisten Kanten zwischen den Knoten, gefolgt von dem spanischsprachigen Netzwerk. Das deutschsprachige Netzwerk weist vergleichsweise etwas weniger Verbindungen zwischen seinen Knoten auf.

In keinem der Netzwerke finden sich *reziproke* Beziehungen, das heißt dass kein Blogbetreiber von einem von ihm zitierten Sprecher ebenfalls zitiert wird. Für derartige Zitationsnetzwerke wäre ein hoher Grad an Reziprozität aber auch sehr ungewöhnlich. Die im Folgenden beschriebenen Gesamtmaße sind jeweils von der Größe des Netzwerks abhängig und können daher nur allgemein und immer in Bezug zur Größe zwischen den drei Netzwerken verglichen werden. Anhand dieser Maße sollen die Forschungsfragen beantwortet werden, wie vernetzt die einzelnen Sprachräume hinsichtlich der verschiedenen Netzwerkmaße sind (FF2a) und wie sie sich diesbezüglich vergleichen lassen (FF2b).

In allen drei Sprachraum-Netzwerken sind nur unter einem Prozent der Knotenpaare überhaupt miteinander verbunden. Der Anteil der verbundenen Knotenpaare ist bei dem wesentlich größeren englischsprachigen Netzwerk mit 0,4 Prozent genauso hoch wie bei dem wesentlich kleineren deutschsprachigen Netzwerk, was für eine vergleichsweise hohe *Verbundenheit* (*Connectedness*) des englischsprachigen Sprecher-Netzwerks spricht.

Der *Diameter* entspricht der Größe der Netzwerke. Das spanischsprachige Netzwerk erweist sich als dichter als das ähnlich große deutschsprachige Netzwerk. Das bedeutet, dass in dem spanischsprachigen Netzwerk wesentlich mehr potenzielle Verbindungen zwischen den Akteuren auch tatsächlich realisiert werden. Das englischsprachige Netzwerk ist trotz seiner größeren Ausmaße nur unwesentlich weniger dicht als das deutschsprachige Netzwerk. Die zweite Hypothese des zweiten Forschungsfragenblocks (H2.2) bestätigt sich also nur teilweise. Das englischsprachige Netzwerk ist tatsächlich vergleichsweise dichter als das deutschsprachige. Das spanischsprachige Sprecher-Netzwerk erweist sich aber ebenfalls als vergleichsweise dicht.

Tab. 18: Die Sprecher-Netzwerke der verschiedenen Sprachräume im Vergleich

Netzwerkmaße	Deutschsprachige Blogs	Englischsprachige Blogs	Spanischsprachige Blogs
Anzahl Seed-Blogs ²	46	72	52
Anzahl Knoten	306	522	300
Anzahl Kanten	371	738	444
Dyad Reciprocity	0	0	0
Connectedness ¹	0,004	0,004	0,006
Diameter ¹	2	4	2
Dichte ¹	0,004	0,003	0,006
Av. Degree ¹	1,209	1,404	1,473
Av. Weighted Degree ¹	1,337	1,705	1,797
Outdegree-Zentralisierung ¹	0,0049	0,0014	0,0034
Indegree-Zentralisierung ¹	0,0006	0,0003	0,0034

¹Von der Größe eines Netzwerks abhängiges Netzwerkmaß. ²Seed-Blogs, die Sprecher zitieren (n=170).

Keines der Sprecher-Netzwerke der drei Sprachräume ist besonders stark *indegree-zentralisiert*. Je größer ein Netzwerk ist, desto schwieriger können hohe Zentralisierungswerte erzielt werden. Obwohl das deutsch- und das spanischsprachige Netzwerk ähnlich groß sind, erweist sich das deutschsprachige Sprecher-Netzwerk als zentralisierter. Und obwohl das englischsprachige Netzwerk wesentlich größer ist, ist seine Indegree-Zentralisierung fast ebenso hoch wie die des spanischsprachigen Netzwerks. Das deutsch- und das englischsprachige Zitationsnetzwerk fokussieren sich folglich vergleichsweise stark auf einige wenige Akteure, während in dem spanischsprachigen Netzwerk die Aufmerksamkeit gleichmäßiger verteilt

ist. Das spanischsprachige Netzwerk scheint diesbezüglich eher deliberativen Idealen von Öffentlichkeit zu entsprechen, indem es den Diskurs zur GWFK zumindest auf der Sprecherebene egalitärer gestaltet.

Zusätzlich zu den Gesamtnetzwerkmaßen wird die *Homophilie* der verschiedenen Sprachraumnetzwerke anhand des E-I-Indexes ermittelt und verglichen (Kapitel 8.3.1.1). Er erlaubt Gruppierungsstrukturen in Netzwerken anhand bestimmter Akteursmerkmale zu bestimmen, was besonders im Kontext des deliberativen Ansatzes von Öffentlichkeit interessant ist. Im Rahmen dieser Studie zu transnationaler und transkultureller Öffentlichkeit wird überprüft, ob und inwiefern Blogbetreiber ihre Zitationsbeziehungen anhand von Sprachraumzugehörigkeit und Nationalität ausrichten, und zwar der eigenen sowie derjenigen der zitierten Sprecher. Auf diese Weise kann der Einfluss von kulturellen und nationalen Grenzen auf die Beschaffenheit des Blogdiskurses zur GWFK festgestellt werden. Als weitere Vergleichsfolie wird für die Sprecher-Netzwerke noch die Homophilie in Bezug auf den professionell-journalistischen Hintergrund der Akteure gemessen, um den Einflussgrad kultureller und nationaler Grenzen im Vergleich besser einordnen zu können (Tabelle 19).

Die *deutschsprachigen Blogs* weisen in Bezug auf die Sprachraum- und nationale Zugehörigkeit der von ihnen zitierten Akteure je eine heterophile Tendenz auf, während sie in Bezug auf den journalistischen Hintergrund der Akteure homophil sind. Das heißt, dass die deutschsprachigen Blogs vor allem Sprecher anderer Sprachräume und Nationen zitieren. Sie erweisen sich folglich als recht transnational entgrenzt. Im Gegensatz dazu zitieren deutschsprachige journalistische Blogger eher andere Journalisten als nicht-journalistische Akteure und umgekehrt lassen nicht-journalistische deutschsprachige Blogger eher nicht-journalistische Akteure zu Wort kommen. Berücksichtigt man lediglich die Beträge der Indizes zeigt sich, dass der deutschsprachige Blogdiskurs am stärksten durch die Nationalität der Akteure strukturiert wird, weniger durch den journalistischen Hintergrund und am geringsten durch die Sprachraumzugehörigkeit der Akteure. Im Abgleich mit den *Permutationstests* sind die E-I-Indizes der deutschsprachigen Blogs für alle drei Merkmale nicht signifikant (Anhang A41). Aus ihnen lassen sich folglich keine definitiven Schlüsse ziehen.

Die *englischsprachigen Blogs* zeigen im Hinblick auf die Sprachraumzugehörigkeit der von ihnen zitierten Sprechern eine leichte homophile Tendenz, während sie in Bezug auf die Nationalität der Sprecher stärker heterophil sind. Der Index für die Nationalität der Sprecher besitzt den größten Strukturierungseinfluss, ist aber als einziger Index nicht signifikant.

Tab. 19: E-I-Indizes der Sprecher-Netzwerke der verschiedenen Sprachräume im Vergleich

Netzwerkmaße	Deutschsprachige Blogs	Englischsprachige Blogs	Spanischsprachige Blogs
Anzahl Knoten	306	522	300
Anzahl Kanten	371	738	444
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>			
E-I-Index	0,146	-0,132*	0,186
Erwarteter E-I-Index	0,242	0,013	0,380
<i>Nationalität</i>			
E-I-Index	0,400	0,222	0,371
Erwarteter E-I-Index	0,529	0,578	0,639
<i>Professionell-journalistischer Akteurstyp</i>			
E-I-Index	-0,162	0,089*	-0,072
Erwarteter E-I-Index	-0,154	-0,183	-0,221

* $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$; *** $p \leq 0,001$.

Das bedeutet, dass sie überwiegend andere englischsprachige Akteure zitieren, die aber in der Regel aus dem englischsprachigen Ausland stammen. Sie sind folglich zwar transnational, aber nicht so sehr transkulturell entgrenzt. Hinsichtlich des journalistischen Hintergrunds liegt der Index nahe Null, was auf ein ausgewogenes Verhältnis hindeutet. Journalistische und nicht-journalistische englischsprachige Blogger zitieren also jeweils sowohl ähnlich viele journalistische wie nicht-journalistische Sprecher.

Die *spanischsprachigen Blogs* tendieren bezüglich der Sprachraumzugehörigkeit und Nationalität der zitierten Sprecher zur Heterophilie und hinsichtlich des journalistischen Hintergrundes der Sprecher liegt der Wert nahe Null. Der Index für die Nationalität der Sprecher zeigt dabei den größten Betrag und strukturiert somit das spanischsprachige Sprecher-Netzwerk am stärksten. Die spanischsprachigen Blogs zitieren überwiegend Sprecher

anderer Sprachräume und noch stärker aus dem Ausland. Sie sind also sowohl leicht transkulturell und stärker transnational entgrenzt. In Bezug auf den journalistischen Hintergrund der Sprecher sind sie eher ausgewogen. Journalistische Blogger berücksichtigen folglich genauso häufig Kollegen wie andere Akteure und umgekehrt. Keiner der Indizes der spanischsprachigen Blogs ist signifikant.

Im Allgemeinen werden die Sprecher-Netzwerke der drei Sprachräume von den *drei untersuchten Merkmalen* unterschiedlich stark strukturiert (FF2c). Die Vernetzung folgt am ehesten der Nationalität der zitierten Sprecher. Die Strukturierung nach Sprachraumzugehörigkeit ist wesentlich weniger stark, aber dennoch stärker als die anhand des journalistischen Hintergrundes der Akteure. Berücksichtigt man zusätzlich die Tendenz der Indizes, zeigen sich *deutliche Unterschiede zwischen den drei Sprachräumen hinsichtlich der drei Strukturierungsmerkmale* (FF2d).

In Bezug auf *die Sprachraumzugehörigkeit der Sprecher* können zwei Lager unterschieden werden, die heterophilen spanisch- und deutschsprachigen Blogs und die homophilen englischsprachigen Angebote. Insgesamt liegen die Beträge der Indizes der verschiedenen Sprachräume aber recht nah beieinander. Während deutsch- und spanischsprachige Blogs sich diesbezüglich als transkulturell entgrenzt erweisen, konzentrieren sich die englischsprachigen Blogs überwiegend auf den eigenen Sprachraum. Die englischsprachigen Blogs zeigen diesbezüglich ein transkulturelles Öffentlichkeitsdefizit. Gerade vor dem Hintergrund der Spanienkrise und dem Fokus auf der EU während des Untersuchungszeitraums ist es erstaunlich, dass sie überwiegend englischsprachige Sprecher zu Wort kommen lassen.

Im Hinblick auf *die Nationalität der zitierten Sprecher* ähneln sich die verschiedenen Sprachräume stärker was die Tendenz der Indizes angeht. In Bezug auf ihre Beträge weichen sie dagegen stärker voneinander ab. Alle drei Sprachräume weisen eine heterophile Tendenz auf. Deutsch- und spanischsprachige Blogs sind dabei beide recht stark transnational entgrenzt, während englischsprachige Blogs weniger zu Heterophilie tendieren. Dennoch zitieren die Blogs aller drei Sprachräume jeweils Sprecher anderer Nationen und blicken somit über den eigenen Tellerrand hinaus.

Hinsichtlich *des professionell-journalistischen Hintergrundes der Sprecher* unterscheiden sich die Angebote der drei Sprachräume stark. Die Indizes der spanisch- und englischsprachigen Blogs liegen nahe Null. Sie zitieren journalistische Blogger und andere Akteure der beiden Sprachräume also in einem ausgewogenen Verhältnis. Die deutschsprachigen Blogs sind diesbezüglich einseitiger. Journalistische deutschsprachige Blogger zitieren

häufiger Kollegen und nicht-journalistische deutschsprachige Blogger lassen eher nicht-journalistische Sprecher zu Wort kommen.

8.3.2.2 Kulturelle Vernetzung: Link-Netzwerke

In einem zweiten Schritt werden die drei Sprachräume auf der Ebene der Link-Netzwerke verglichen. Die Link-Netzwerke basieren ausschließlich auf den Blogs, die im Untersuchungszeitraum auch tatsächlich extern verlinkt haben (n=159) und den von ihnen verlinkten Angeboten. Dabei wird analog zu dem ausführlich in Kapitel 8.3.2.2 beschriebenen Vorgehen verfahren.

Genau wie schon auf der Ebene der Sprecher-Netzwerke sind auch die Link-Netzwerke der drei Sprachräume unterschiedlich groß, wobei die *Größenverhältnisse* ähnlich sind (Tabelle 20). Auch auf der Linkebene basiert das englischsprachige Netzwerk auf rund anderthalbmal so vielen Seed-Blogs und enthält anderthalbmal so viele Knoten wie jeweils das deutsch- und spanischsprachige Netzwerk, die ähnlich groß sind. Hinsichtlich der Anzahl der Kanten ist das englischsprachige Netzwerk sogar rund doppelt so groß wie die Netzwerke der beiden anderen Sprachräume. Die englischsprachigen Seed-Blogs verlinken also verhältnismäßig viel, während die spanischsprachigen Blogs vergleichsweise wenig externe Links setzen. Darüber hinaus enthält lediglich das englischsprachige Netzwerk *reziproke* Beziehungen. Von den Link-Beziehungen des Netzwerks werden 0,2 Prozent erwidert. Einige der englischsprachigen WiFi-Blogs verlinken sich also gegenseitig. Die folgenden Netzwerkmaße sind größenabhängig und können daher nur in Bezug zur jeweiligen Netzwerkgröße auf einer allgemeinen Ebene miteinander verglichen werden. Dennoch sollen auf der Grundlage dieses allgemeinen Vergleichs die beiden Forschungsfragen beantwortet werden, wie vernetzt die verschiedenen Sprachräume hinsichtlich der unterschiedlichen Netzwerkmaße sind (FF2a) und inwiefern sie sich diesbezüglich ähneln oder unterscheiden (FF2b).

Die drei Link-Netzwerke sind jeweils ähnlich stark verbunden. Die Werte für die *Verbundenheit* spiegeln das Größenverhältnis der Netzwerke zueinander wider. Die Verbundenheit (*Connectedness*) des englischsprachigen Link-Netzwerks betrifft 3,3 Prozent der Knotenpaare, während bei den deutsch- und spanischsprachigen Blogs jeweils 1,2 Prozent der Knotenpaare verbunden sind.

Tab. 20: Die Link-Netzwerke der verschiedenen Sprachräume im Vergleich

Netzwerkmaße	Deutschsprachige Blogs	Englischsprachige Blogs	Spanischsprachige Blogs
Anzahl Seed-Blogs ²	47	71	41
Anzahl Knoten	188	302	184
Anzahl Kanten	261	499	240
Dyad Reciprocity	0	0,002	0
Connectedness ¹	0,012	0,033	0,012
Diameter ¹	6	9	3
Dichte ¹	0,011	0,008	0,011
Av. Degree ¹	1,388	1,652	1,304
Av. Weighted Degree ¹	2,011	2,384	1,935
Outdegree-Zentralisierung ¹	0,0009	0,0011	0,0007
Indegree-Zentralisierung ¹	0,0007	0,0010	0,0005

¹Von der Größe eines Netzwerks abhängiges Netzwerkmaß. ²Seed-Blogs, die extern Verlinken (n=159).

Insgesamt deuten die Werte auf ein nur locker verbundenes Netzwerk hin, was aber für Link-Netzwerke im Internet nicht ungewöhnlich ist. Sie liegen allerdings noch wesentlich höher als bei den Sprecher-Netzwerken, die im vorigen Kapitel miteinander verglichen wurden.

In Bezug auf den *Diameter* zeigen sich erste Unterschiede zwischen den Sprachräumen. Gemäß seiner Größe weist das englischsprachige Netzwerk mit neun Pfaden auch die längste kürzeste Distanz auf. Die ähnlich großen deutsch- und spanischsprachigen Netzwerke unterscheiden sich allerdings untereinander. Während die längste kürzeste Distanz in dem deutschsprachigen Netzwerk sechs Pfade beträgt, sind es im spanischsprachigen Netz-

werk nur drei Pfade. Das spanischsprachige Netzwerk scheint folglich vergleichsweise enger geknüpft zu sein als das deutschsprachige, in dem die Informationsvermittlung somit störungsanfälliger ist.

Die Maße für die *Dichte* der drei Netzwerke, also die Anzahl tatsächlich realisierter Beziehungen im Verhältnis zu der Anzahl theoretisch möglicher Beziehungen, entspricht wieder der Größenrangfolge der Netzwerke. Das größte englischsprachige Netzwerk weist erwartbar die geringste Dichte auf und die beiden kleineren, aber gleich großen deutsch- und spanischsprachigen Netzwerke besitzen die gleiche und etwas größere Dichte. Dabei ist das englischsprachige Netzwerk aber nur unwesentlich weniger dicht als die beiden anderen Netzwerke, was auf verhältnismäßig mehr realisierte Beziehungen hindeutet. In diesem Sinne bestätigt sich die Hypothese, dass englischsprachige Blognetzwerke dichter vernetzt seien (*H2.1*).

Die Werte für die *Indegree-Zentralisierung* widersprechen den anhand der jeweiligen Größe erwartbaren Verhältnissen. Das größte englischsprachige Netzwerk erweist sich als am stärksten indegree-zentralisiert, gefolgt von dem deutschsprachigen. Das spanischsprachige Netzwerk ist trotz ähnlicher Größe weniger zentralisiert, als das deutschsprachige Link-Netzwerk. Während sich also die Verlinkungsstrukturen der deutsch- und noch stärker der englischsprachigen Blogs auf wenige Websites konzentrieren, ist das spanischsprachige Link-Netzwerk vergleichsweise egalitärer. Die ersten beiden Netzwerke sind also stärker systemintegriert und durch ihre Struktur vermutlich besser geeignet, Informationen schnell und effizient weiterzugeben, sofern sie von einer der viel verlinkten Websites verbreitet werden. Das spanischsprachige Netzwerk entspricht dagegen durch den gleichberechtigteren Einbezug vieler Websites eher dem deliberativen Ideal von Öffentlichkeit.

In einem weiteren Schritt soll der Einfluss verschiedener Strukturierungsmerkmale auf die Link-Netzwerke der drei Sprachräume geprüft werden (*Homophilie*). Insbesondere wird ermittelt, ob die Netzwerke durch die kulturelle oder nationale Zugehörigkeit der Websites strukturiert werden, oder ob alternative Merkmale wie der inhaltliche Schwerpunkt der Websites den Diskurs stärker strukturieren. Der Einfluss auf die Netzwerkstruktur der einzelnen Merkmale wird mithilfe des *E-I-Indexes* (Kapitel 8.3.1.1) gemessen (Tabelle 21).

Tab. 21: E-I-Indizes der Link-Netzwerke der verschiedenen Sprachräume im Vergleich

Netzwerkmaße	Deutschsprachige Blogs	Englischsprachige Blogs	Spanischsprachige Blogs
Anzahl Knoten	188	302	184
Anzahl Kanten	261	499	240
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>			
E-I-Index	-0,387*	-0,779*	-0,208*
Erwarteter E-I-Index	-0,069	-0,592	0,039
<i>Nationalität</i>			
E-I-Index	-0,027*	-0,060*	0,133
Erwarteter E-I-Index	0,272	0,362	0,351
<i>Inhaltlicher Schwerpunkt</i>			
E-I-Index	0,004	-0,012	0,183
Erwarteter E-I-Index	0,083	0,118	0,237

* $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$; *** $p \leq 0,001$.

Dabei ist der Index für den inhaltlichen Schwerpunkt der Website im Abgleich mit den *Permutationstests* (Anhang A42) als einziger nicht signifikant. Sie verlinken folglich ähnlich häufig deutsche und ausländische Websites sowie ähnlich häufig Linkziele mit einem wirtschaftlichen Schwerpunkt als mit anderen Inhalten. Da ein gewisser Fokus auf die eigene Nation als allgemein wünschenswerter Standard angesehen werden kann und nicht bereits auf ein transnationales Öffentlichkeitsdefizit hinweist, kann das ausgewogene Verhältnis von nationalen und ausländischen Linkzielen als gewisse transnationale Entgrenzung gewertet werden. Betrachtet man lediglich die Werte der Indizes, ungeachtet ihrer Tendenz, zeigt sich, dass die Sprachraumzugehörigkeit der verlinkten Websites den deutschsprachigen Blogdiskurs mit Abstand am stärksten strukturiert. Die *deutschsprachigen Blogs* zeigen hinsichtlich der Sprachraumzugehörigkeit ihrer

Linkziele einen recht deutlichen Hang zu Homophilie, das heißt sie verlinken überwiegend deutschsprachige Websites und sind folglich nicht transkulturell entgrenzt. In Bezug auf die Nationalität und den inhaltlichen Schwerpunkt der verlinkten Websites liegen die beiden E-I-Indizes nahe Null, was auf ein ausgewogenes Verhältnis hinweist.

Die *englischsprachigen Blogs* zeigen ein ähnliches Bild. In Bezug auf die Sprachraumzugehörigkeit der von ihnen verlinkten Websites sind sie stark homophil, das heißt ihre Linkziele stammen ebenfalls überwiegend aus dem englischen Sprachraum. Die beiden Indizes für die Nationalität und den inhaltlichen Schwerpunkt der Linkziele liegen nahe an Null und deuten somit auf ein ausgewogenes Verhältnis hin. Die englischsprachigen Angebote verlinken folglich ähnlich häufig auf die eigene wie auf fremde Nationen und die Linkziele haben ähnlich häufig einen wirtschaftlichen wie einen alternativen inhaltlichen Schwerpunkt. Der Index für den inhaltlichen Schwerpunkt ist wie schon bei den deutschsprachigen Blogs als einziger nicht signifikant. Die englischsprachigen Blogs sind also nicht transkulturell entgrenzt. Das ausgewogene Verhältnis hinsichtlich der Nationalität kann dagegen bereits als leichte transnationale Entgrenzung angesehen werden. Der Vergleich der Beträge der Indizes zeigt, dass der englischsprachige Blogdiskurs zur GWFK vor allem von der Sprachraumzugehörigkeit der Websites strukturiert wird und nicht so sehr durch ihre Nationalität und noch weniger durch den inhaltlichen Schwerpunkt.

Die *spanischsprachigen Blogs* tendieren in Bezug auf die Sprachraumzugehörigkeit der von ihnen verlinkten Websites ebenfalls zu Homophilie, wenn auch weniger als die Blogs der beiden anderen Sprachräume. Sie verlinken also etwas häufiger Linkziele aus dem gleichen als aus anderen Sprachräumen. Hinsichtlich der beiden anderen Merkmale zeigen sie dagegen eine leichte heterophile Tendenz. Das bedeutet, dass sie etwas häufiger auf ausländische Linkziele verweisen, als auf Websites der eigenen Nation. Und die spanischsprachigen WiFi-Blogs verlinken etwas häufiger auf Websites mit einem anderen inhaltlichen Schwerpunkt als auf solche mit ebenfalls einem wirtschaftlichen Themenfokus. Von allen drei Indizes ist aber lediglich der für die Sprachraumzugehörigkeit der Websites signifikant. Insgesamt liegen die Werte der drei Indizes näher beieinander, als diejenigen der anderen beiden Sprachräume. Im Vergleich der Beträge zeigt sich wieder, dass der Diskurs vornehmlich durch die Sprachraumzugehörigkeit strukturiert wird, dicht gefolgt von dem inhaltlichen Schwerpunkt der Internetangebote. Die Nationalität der Website hat im Vergleich einen geringeren Einfluss auf die Diskursstruktur. Neben kulturellen und nationa-

len Grenzen, sind aber noch andere soziale Grenzen strukturelevant. Insgesamt sind die spanischsprachigen Blogs also auch nicht transkulturell, dafür aber transnational entgrenzt.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die *drei untersuchten Merkmale* die Link-Netzwerke der drei Sprachräume unterschiedlich stark strukturieren (FF2c). Im Allgemeinen erfolgt die Verlinkung vor allem der Sprachraumzugehörigkeit der Websites. Die Strukturierung anhand der Nationalität der Internetangebote ist wesentlich geringer ausgeprägt und übertrifft nur minimal diejenige anhand des inhaltlichen Schwerpunktes. Wenn man neben dem Betrag auch noch die Tendenz der Indizes berücksichtigt, zeigen sich *einige Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen den Blogs der drei untersuchten Sprachräume* (FF2d).

Hinsichtlich *der Sprachraumzugehörigkeit der Linkziele* sind sich die Netzwerke der drei Sprachräume am ähnlichsten, zumindest hinsichtlich der homophilen Tendenz. In Bezug auf das Ausmaß der Homophilie unterscheiden sie sich allerdings. Die englischsprachigen Blogs verlinken am stärksten auf den eigenen Sprachraum, gefolgt von deutsch- und letztlich den spanischsprachigen Angeboten. Alle drei Sprachräume zeigen also ein transkulturelles Öffentlichkeitsdefizit.

Bezüglich *der Nationalität der verlinkten Websites* formieren sich zwei verschiedene Lager. Während das spanischsprachige Link-Netzwerk zu Heterophilie tendiert, sind das deutsch- und englischsprachige Link-Netzwerk ausgewogen. Ein ausgewogenes Verhältnis zwischen in- und ausländischen Linkzielen kann aber bereits als eine gewisse transnationale Entgrenzung gewertet werden. Die spanischsprachigen Blogs verlinken dagegen überwiegend ausländische Angebote und erweisen sich somit in Bezug auf die Verlinkung als besonders transnational entgrenzt.

Im Hinblick auf *den inhaltlichen Schwerpunkt der Linkziele* zeigt sich das gleiche Muster wie für die Nationalität. Wieder sind die spanischsprachigen Blogs heterophil und die deutsch- und englischsprachigen Angebote ausgewogen. Die spanischsprachigen WiFi-Blogs verlinken also überwiegend Websites mit anderem inhaltlichen Schwerpunkt. Bei den Blogs der anderen beiden Sprachräume halten sich wirtschaftliche Websites und Angebote mit anderen Themenschwerpunkten die Waage. Alle drei Sprachräume sind folglich inhaltlich recht vielfältig, wobei die spanischsprachigen Blogs diesem deliberativen Ideal am stärksten entsprechen.

8.3.3 Zusammenfassung: Vergleich nationaler bzw. kultureller Vernetzung

In Kapitel 8.3 und seinen Unterkapiteln geht es vor dem Hintergrund des zweiten Forschungsfragenblocks (II) um die Messung und Beschreibung transnationaler und transkultureller Vernetzung des öffentlichen Wirtschafts- und Finanzblogdiskurses zur GWFK in den untersuchten Sprachräumen und Nationen. Dabei geht es in erster Linie darum, den *Integrationsgrad* und die *Strukturierung* der verschiedenen *öffentlichen kulturellen und nationalen Netzwerke* zu ermitteln und miteinander zu vergleichen. Da kein sinnvoller Schwellenwert für die ausreichende Integration von öffentlichen Diskursen festgelegt werden kann, erfolgt die Beurteilung des Integrationsgrades in einer Form des Vergleichs.

Im Kontext des zweiten Forschungsfragenblocks steht die *Systemintegration der öffentlichen Diskurse auf der Gesamtnetzwerkebene* im Vordergrund des Interesses. Wie stark und dicht sind die kulturellen und nationalen Diskurse jeweils vernetzt? Wie verteilt sich die Vernetzung auf die verschiedenen Akteure im Diskurs? Und entlang welcher, öffentlichkeitstheoretisch relevanter, Merkmale strukturiert sich diese Vernetzung? Diesbezüglich miteinander verglichen werden folglich einerseits die *drei Sprachräume*, die bereits die Stichprobenziehung anleiteten, und andererseits die fünf Nationen mit den meisten Seed-Blogs in der Ursprungs-Stichprobe.

Für jeden dieser beiden Vergleiche werden jeweils *zwei Vernetzungsebenen des Diskurses* berücksichtigt. Zum einen das Netzwerk der von den Blogbetreibern *zitierten Sprecher* und zum anderen das Netzwerk der von den Blogs *verlinkten externen Websites*. Durch diesen doppelten Vergleich gestaltet sich die Auswertung und Ergebnisinterpretation zwar zunächst komplexer, insgesamt können dadurch die Ergebnisse allerdings besser eingeordnet und beurteilt werden.

Mit der *Gegenüberstellung von kulturellen und nationalen Grenzen* wird die Forderung erfüllt, in der transnationalen Öffentlichkeitsforschung allgemein und speziell im Internet über ein ausschließlich länderbasiertes Vergleichsdesign hinauszugehen. So kann beurteilt werden, ob beide Grenzformen überhaupt eine Rolle spielen bei der Strukturierung von Internetdiskursen und in welchem Verhältnis sie diesbezüglich zueinander stehen.

Durch die Unterscheidung zweier unterschiedlicher Netzwerkebenen werden zwei bislang unverbundene Forschungszweige in der Kommunikationswissenschaft miteinander verknüpft. Zitations- bzw. symbolische Netzwerke, die auf Sprecheraussagen basieren, wurden im Rahmen der transnationalen Öffentlichkeitsforschung für traditionelle Massenmedien

bereits untersucht und in der Internetforschung sind Netzwerkanalysen von Verlinkungsstrukturen populär, die aber nur vereinzelt in den Kontext transnationaler Öffentlichkeit gestellt werden. Vielfach verharren letztere auch auf dem reinen Mapping, also der Darstellung, öffentlicher Diskursstrukturen im Internet. Interessant ist aber vor allem wie auf der medialen Plattform des Internets die beiden Verweisformen im Zusammenspiel genutzt werden, um Diskurse über kulturelle und nationale Grenzen hinweg zu gestalten. Auf diese Weise können außerdem *Netzwerke*, wie sie bereits *im Kontext traditioneller Massenmedien* bestanden, verglichen werden mit Netzwerken, die auf *internetspezifischen Verweisformen* basieren.

Zunächst sollte jeweils die Systemintegration der Netzwerke ermittelt (FF2a) und verglichen werden (FF2b). Als Grundlage wurden zunächst verschiedene Vernetzungsmaße verglichen. Die Systemintegration wurde dann auf der Basis des Kohäsionsmaßes der Dichte bestimmt. Da diese Maße abhängig sind von der jeweiligen Netzwerkgröße, konnte der Vergleich nur auf einer allgemeinen Ebene und unter Rückbezug auf die Knotenzahl erfolgen. Obwohl die Netzwerke sowohl im Vergleich der Nationen als auch der Sprachräume jeweils auf ähnlich vielen Seed-Blogs aufsetzten, unterschieden sie sich doch stark hinsichtlich ihrer *Größe*. Neben den Seed-Blogs, den WiFi-Blogs aus der Ursprungs-Stichprobe, fanden jeweils die zitierten Sprecher bzw. die verlinkten Websites Eingang in die Netzwerke.

Im *Vergleich der Nationen* ist wenig überraschend auf beiden Netzwerkebenen das US-amerikanische Netzwerk das größte. Das zweitgrößte Netzwerk ist auf der Sprecherebene das spanische, gefolgt von dem deutschen und umgekehrt auf der Linkebene das deutsche, gefolgt von dem spanischen. An vierter Stelle liegt auf beiden Ebenen das britische Netzwerk und die schweizerischen Netzwerke sind jeweils die kleinsten.

Für alle fünf Nationen basiert das Sprecher-Netzwerk auf mehr Knoten und Verbindungen als das Link-Netzwerk. In keinem der nationalen Netzwerke auf keiner der beiden Ebenen finden sich *reziproke Beziehungen*, die bei der Art der im Rahmen dieser Studie untersuchten Netzwerke grundsätzlich wenig wahrscheinlich sind.

Insgesamt sind die kleineren Link-Netzwerke stärker verbunden als die größeren Sprecher-Netzwerke, das heißt bei ersteren ist eine höhere Prozentzahl der Knotenpaare überhaupt miteinander verbunden. Je kleiner das Netzwerk, desto einfacher und wahrscheinlicher ist eine hohe *Verbundenheit* (*Connectedness*), daher ist es wenig verwunderlich, dass die kleinen schweizerischen Netzwerke auf beiden Ebenen ein besonders hohes Maß an Verbundenheit aufweisen. Die beiden großen US-amerikanischen Netzwerke enthalten aber ebenfalls eine hohe Anzahl verbundener Knotenpaare,

was auf eine hohe Vernetzungsaktivität auf den beiden Netzwerkebenen hinweist. Die Verbundenheit der anderen nationalen Netzwerke entspricht jeweils den Größenverhältnissen.

Darüber hinaus liefert der *Diameter* zusätzliche Informationen über die Art der Verbundenheit der Netzwerke. Dabei handelt es sich um die Länge des maximalen kürzesten Pfades, die man überwinden muss, um von einem zufälligen Knoten zu einem anderen zu gelangen. Allgemein ist der Diameter bei den Link-Netzwerken länger, als bei den Sprecher-Netzwerken, letztere sind also enger geknüpft, und er variiert auf der Linkebene auch stärker zwischen den einzelnen Nationen. Auf der Sprecherebene entsprechen die einzelnen nationalen Werte des Diameters den Größenverhältnissen der Netzwerke, das heißt, das US-amerikanische Netzwerk weist den längsten und das schweizerische Netzwerk den kürzesten Diameter auf. Auf der Linkebene besitzt dagegen das mittelgroße deutsche Netzwerk die längste kürzeste Pfadlänge. Das bedeutet, dass in dem deutschen Netzwerk einzelne Akteure nur über besonders viele Umwege miteinander verbunden sind, was die Informationsvermittlung erschwert. Anhand des Diameters erweist sich das deutsche Link-Netzwerk als vergleichsweise locker und das größere US-amerikanische Netzwerk als verhältnismäßig eng verbunden.

Mithilfe der *Dichte* der einzelnen Netzwerke, also der Anzahl tatsächlich realisierter Beziehungen im Verhältnis zu der Gesamtzahl aller möglichen Verbindungen, wurde schließlich die Systemintegration der einzelnen Netzwerke ermittelt und verglichen. Allgemein folgt die Dichte den Größenverhältnissen der einzelnen Netzwerke, indem die kleineren Link-Netzwerke höhere Dichtewerte erzielen als die größeren Sprecher-Netzwerke und indem die kleineren nationalen Netzwerke in der Regel dichter vernetzt sind, als die größeren (FF2a).

Die jeweils kleinsten schweizerischen Netzwerke sind folglich auf beiden Netzwerkebenen am dichtesten verbunden. Im Verhältnis zu ihrer Größe sind aber vor allem die US-amerikanischen und spanischen Sprecher- und Link-Netzwerke besonders dicht vernetzt, während die beiden deutschen Netzwerke nur eine verhältnismäßig geringe Dichte aufweisen. Das recht kleine britische Netzwerk weist auf der Sprecherebene eine vergleichsweise geringe Dichte auf.

Die Hypothese, dass die US-amerikanischen Netzwerke auf beiden Netzwerkebenen eine höhere Dichte besitzen als die Netzwerke der anderen Nationen (H2.1), wird folglich durch die Ergebnisse bestätigt. Insgesamt lässt sich festhalten, dass die US-amerikanischen und spanischen Netzwerke unter Anbetracht ihrer Größe vergleichsweise stark systemintegriert sind, während die deutschen Netzwerke auf beiden Ebenen und das britische

Netzwerk bezüglich der zitierten Sprecher nur einen geringen Grad an Systemintegration aufweisen (FF2b).

Da die Dichte Informationen über den Kommunikationsgrad eines Netzwerks liefert, bedeutet dass, das in den US-amerikanischen und spanischen Netzwerken allgemein ein höherer *Informationsaustausch* stattfindet als in den deutschen Netzwerken und dem britischen Sprecher-Netzwerk. Dennoch bleibt die Frage nach einem aus öffentlichkeitstheoretischer Sicht wünschenswerten Integrationsgrad bestehen, zumal auf der Basis der Dichte keine Aussagen über die weitere Beschaffenheit der öffentlichen Diskurse getroffen werden kann.

Daher wurde zusätzlich noch die Zentralisierung der Netzwerke untersucht und verglichen. Aufgrund der speziellen Zusammensetzung des Datensatzes wurde lediglich die *Indegree-Zentralisierung* der Netzwerke bestimmt, da nur die eingehenden Beziehungen für alle Knoten annähernd gleichwertig erfasst werden konnten. Je größer ein Netzwerk ist, desto geringer ist in der Regel seine Zentralisierung. Demnach ist bei den deutschen, schweizerischen und britischen Netzwerken jeweils der Zentralisierungsgrad für die kleineren Link-Netzwerke höher, als für die größeren Sprecher-Netzwerke. Bei den spanischen und US-amerikanischen Blogs ist es dagegen wider Erwarten umgekehrt. Die spanischen und US-amerikanischen Sprecher-Netzwerke sind vergleichsweise stark zentralisiert. Im Vergleich der Nationen untereinander folgen die Zentralisierungsgrade auf keiner der beiden Ebenen den Größenverhältnissen der nationalen Netzwerke.

Auf der Sprecherebene sind das spanische und das deutsche Netzwerk vergleichsweise stark zentralisiert und das britische Netzwerk eher egalitär. Auf der Linkebene sind insbesondere das deutsche und das US-amerikanische Netzwerk stark zentralisiert, während das britische Netzwerk auch auf dieser Ebene vergleichsweise egalitär ist. Die beiden deutschen Netzwerke, das spanische Sprecher- und das US-amerikanische Link-Netzwerk konzentrieren sich folglich auf einige wenige Akteure oder Angebote. In den beiden britischen Netzwerken verteilt sich der Diskurs dagegen mehr auf viele verschiedene Köpfe oder Angebote. Die Frage, welcher Zentralisierungsgrad öffentlichkeitstheoretisch wünschenswert ist, kann je nach Ansatz unterschiedlich beantwortet werden. Der Bedingung nach Akteursvielfalt und einer breiten Beteiligung an den öffentlichen Diskursen, wie sie im deliberativen Ansatz vorherrscht, entsprechen eher die egalitäreren Netzwerke.

Im *Vergleich der Sprachräume* untereinander zeigen sich teils ähnliche, teils unterschiedliche Muster, schließlich basieren die nationalen Netzwerke grundsätzlich auf den Sprachraumnetzwerken. Allerdings sind die

Sprachraumnetzwerke weiter gefasst. Sie umfassen die gesamte Ursprungs-Stichprobe und sind nicht auf die fünf häufigsten Seed-Nationen begrenzt. Dadurch enthalten sie zusätzlich auch die von den marginaleren Seed-Blogs zitierten Akteure und verlinkten Websites.

Auch für die einzelnen Sprachräume sind jeweils die Sprecher-Netzwerke größer als die Link-Netzwerke. Die *Größenverhältnisse* zwischen den drei Sprachräumen sind auf den beiden Netzwerkebenen konstant. Das englischsprachige Netzwerk ist jeweils wesentlich größer, während die deutsch- und spanischsprachigen Netzwerke je annähernd gleich groß sind. Insgesamt zeigen, wie zuvor bereits bei den nationalen Netzwerken, über alle drei Sprachräume hinweg die kleineren Link-Netzwerke eine größere Verbundenheit als die größeren Sprecher-Netzwerke. In Bezug zur Größe des jeweiligen Netzwerks enthalten die beiden englischsprachigen Netzwerke sowie das spanischsprachige Sprecher-Netzwerke besonders viele verbundene Knotenpaare.

Im Zusammenhang mit den Ergebnissen für die verschiedenen nationalen Netzwerke sind insbesondere die US-amerikanischen Blogs für die hohe *Verbundenheit (Connectedness)* der englischsprachigen Netzwerke verantwortlich. Die beiden deutschsprachigen Netzwerke sind dagegen weniger stark verbunden. Die beiden englischsprachigen und das spanischsprachige Sprecher-Netzwerk weisen im Untersuchungszeitraum folglich eine hohe Kommunikationsaktivität auf, während die deutschsprachigen Blogs dagegen weniger aktiv sind.

Obwohl die Link-Netzwerke kleiner sind als die Sprecher-Netzwerke, weisen sie dagegen sprachraumübergreifend den längeren *Diameter* auf. Das ist in besonderem Ausmaß für die deutschsprachigen Netzwerke der Fall. In den Link-Netzwerken und insbesondere in den beiden deutschsprachigen Netzwerken ist der Kommunikationsfluss vermutlich schwerfälliger und störungsanfälliger als in den Netzwerken der beiden anderen Sprachräume. Im Vergleich zu den Werten für die einzelnen nationalen Netzwerke zeigt sich, dass sich die Unterschiede zwischen den Nationen bei den englischsprachigen Angeboten auf der Sprachraumebene aufheben, wohingegen sie bei den deutschsprachigen Angeboten bestehen bleiben.

Auch die *Dichte* der einzelnen Sprachraumnetzwerke ist für die kleineren Link-Netzwerke zwei- bis dreimal so hoch wie für die Sprecher-Netzwerke (FF2a). Die beiden englischsprachigen Netzwerke sind im Verhältnis zu ihrer Größe dicht geknüpft, wodurch die Hypothese bestätigt wird, dass die englischsprachigen Netzwerke dichter vernetzt seien als diejenigen der beiden anderen Sprachräume (H2.2). Auf der Sprecherebene ist das spanisch-

sprachige Netzwerk dichter als das gleich große deutschsprachige Netzwerk. Insgesamt können also die beiden englischsprachigen und das spanischsprachige Sprecher-Netzwerk als besonders systemintegriert gelten, während die beiden deutschsprachigen und das spanischsprachige Link-Netzwerk eher gering integriert sind (FF2b). Auch in Bezug auf diesen Befund egalisieren sich, aggregiert auf die Sprachräume, die Differenzen zwischen den beiden englischsprachigen Nationen. In den englischsprachigen und dem spanischsprachigen Sprecher-Netzwerk findet allgemein ein höherer Informationsaustausch statt, als in den deutschsprachigen Netzwerken.

Auch für die Sprachräume wurde darüber hinaus die *Indegree-Zentralisierung* der Netzwerke bestimmt. Bezüglich ihrer Zentralisierung variieren die Sprachraumnetzwerke erheblich sowohl zwischen den beiden Netzwerkebenen als auch untereinander. Im Vergleich der beiden Netzwerkebenen sind das deutsch- und das spanischsprachige Sprecher-Netzwerk sowie das englischsprachige Link-Netzwerk vergleichsweise stark zentralisiert. Der Vergleich der verschiedenen Sprachräume betont darüber hinaus die besondere Zentralisierung des spanischsprachigen Sprecher- und des englischsprachigen Link-Netzwerks. Das deutschsprachige Link-Netzwerk ist im Vergleich zu dem etwa gleich großen spanischsprachigen Link-Netzwerk noch vergleichsweise stark zentralisiert. Das spanischsprachige Sprecher- und das englischsprachige Link-Netzwerk entsprechen folglich weniger dem deliberativen Ideal von Öffentlichkeit.

Auch für den Sprachraumvergleich wurde in einem zweiten Schritt die Strukturierung der Netzwerke anhand dreier Merkmale überprüft, um die transkulturelle oder -nationale Systemintegration der Netzwerke genauer beurteilen zu können und sie im Hinblick auf die Erfüllung deliberativer Vielfaltsideale an Öffentlichkeit zu überprüfen. Auch diesbezüglich wurden wieder die Netzwerkebene der Sprecher und die der Verlinkungen aus den oben beschriebenen Gründen unterschieden. Bei den untersuchten Strukturierungsmerkmalen handelt es sich um dieselben, die schon beim Nationenvergleich angewendet wurden.

Für alle Strukturierungsmerkmale wird für jedes Netzwerk der Grad an Homophilie anhand des *E-I-Indexes* bestimmt und verglichen. Hierdurch sollen die beiden Forschungsfragen beantwortet werden, wie die Blog-Netzwerke entlang der drei Merkmale strukturiert sind (FF2c) und inwiefern sie sich diesbezüglich ähneln oder unterscheiden (FF2d).

Der Vergleich der fünf ausgewählten Nationen zeigt, dass einzig die schweizerischen Blogs auf beiden Netzwerkebenen stark transkulturell entgrenzt sind. Die spanischen und britischen Blogs strukturieren sich dagegen

nur auf der Sprecherebene über kulturelle Grenzen hinweg. Insbesondere die Link-Netzwerke, mit Ausnahme des schweizerischen, verbleiben dagegen doch recht stark innerhalb der jeweiligen Sprachraumgrenzen. Hinsichtlich der Nationalität bieten die schweizerischen Blogs ein ähnlich entgrenztes Bild. Diesbezüglich sind die anderen Nationen aber auf der Sprecherebene ebenfalls recht transnational orientiert. Auf der Linkebene zeigt sich auch für die Nationalität ein stärkerer Fokus auf das eigene Land. Einzig die britischen Blogs vernetzen sich hier neben den schweizerischen transnational.

In Bezug auf die beiden alternativen Strukturierungsmerkmale unterscheiden sich die *Nationen* stark. Hinsichtlich des journalistischen Hintergrundes der Akteure in den Sprecher-Netzwerken erweisen sich das deutsche und das US-amerikanische Netzwerk als ausgewogen und das britische Netzwerk als vielfältig. Die schweizerischen und spanischen Blogs zitieren dagegen einseitiger. Bezüglich des inhaltlichen Schwerpunktes der Angebote sind das US-amerikanische und das britische Link-Netzwerk ausgewogen und das deutsche und spanische vielfältig. Nur die schweizerischen Blogs verlinken inhaltlich einseitig.

Im Vergleich der E-I-Werte, ungeachtet ihrer Tendenz, strukturieren die kulturellen und nationalen Grenzen die verschiedenen nationalen Blogdiskurse stärker als die alternativen Merkmale. Die extremen Einschätzungen, dass nationale Grenzen im Internet ihre Gültigkeit verlören, bestätigt die vorliegende Studie folglich nicht. Aber nationale Grenzen sind im Internet eben auch nicht das einzig vorherrschende Strukturierungsmerkmal, wie frühere Link-Studien suggerieren. Es zeigt sich, dass insbesondere Link-Netzwerke noch stärker innerhalb dieser Grenzen verharren, als andere Verweisebenen im Internet. Es ist daher fraglich, ob sich transkulturelle und transnationale Öffentlichkeit im Internet allein auf der Basis von Verlinkungen valide erfassen lässt.

Im Vergleich der Strukturierung der drei *Sprachräume* egalisieren sich viele der nationalen Unterschiede und es ergibt sich vielfach ein homogeneres Muster insbesondere auf der Linkebene. Die Link-Netzwerke aller drei Sprachräume werden am stärksten durch die Sprachraumzugehörigkeit der Websites strukturiert und weisen hinsichtlich dieses Merkmals alle eine homophile Tendenz auf. Das heißt, sie verlinken überwiegend auf Angebote ihres eigenen Sprachraums, wenn auch unterschiedlich intensiv. Die englischsprachigen Blogs sind am wenigsten transkulturell entgrenzt, gefolgt von den deutschsprachigen Angeboten. Die spanischsprachigen Blogs zeigen eine etwas geringere homophile Tendenz. Für alle drei Sprachräume

zeigt sich folglich nicht nur im Nationen-, sondern auch im Sprachraumvergleich ein gewisses transkulturelles Entgrenzungsdefizit der öffentlichen Blogdiskurse zur GWFK.

Auf der Sprecherebene zeigen die drei Sprachräume jeweils ein unterschiedliches Muster. Die deutsch- und spanischsprachigen Blogs zitieren leicht transkulturell entgrenzt, während die englischsprachigen Angebote vor allem Sprecher des eigenen Sprachraums zu Wort kommen lassen. In Bezug auf das Merkmal der Nationalität verhalten sich die beiden Ebenen dagegen umgekehrt. Die drei Sprachräume ähneln sich auf der Sprecherebene und variieren auf der Linkebene. Das Sprecher-Netzwerk wird im Vergleich der Merkmale in allen drei Sprachräumen am stärksten durch die nationale Zugehörigkeit der Akteure geprägt und zwar jeweils heterophil. Deutschsprachige Blogs zitieren am stärksten Sprecher anderer Nationen und die spanischsprachigen Blogs zitieren diese nur geringfügig weniger stark. Auch die englischsprachigen Angebote zitieren überwiegend ausländische Sprecher, wenn auch etwas weniger intensiv als es in den beiden anderen Sprachräumen der Fall ist.

Folglich sind alle drei Sprachräume auf der Sprecherebene transnational sehr entgrenzt. Auf der Linkebene sind die deutsch- und englischsprachigen Netzwerke ausgewogen, während das spanischsprachige Netzwerk überwiegend ausländische Websites verlinkt. Wenn auch weniger ausgeprägt als auf der Sprecherebene, so können doch auch auf der Linkebene alle drei Sprachräume als transnational entgrenzt angesehen werden.

Auch im Rahmen des Vergleichs der Sprachräume untereinander zeigen sich Unterschiede im Hinblick auf die alternativen Strukturierungsmerkmale. Bezüglich des journalistischen Hintergrunds der Akteure zitieren das englisch- und das spanischsprachige Netzwerk ausgewogen, während es dem deutschsprachigen Sprecher-Netzwerk an Vielfalt mangelt. Auf der Linkebene erweisen sich das deutsch- und das englischsprachige Netzwerk als inhaltlich ausgewogen und das spanischsprachige Link-Netzwerk als besonders vielfältig. Alle drei Sprachräume und insbesondere die spanischsprachigen Blogs weisen folglich eine inhaltliche Vielfalt der Verlinkungen auf. Insgesamt werden die englischsprachigen Netzwerke beider Ebenen am stärksten durch die kulturellen und nationalen Grenzen geprägt. Für die anderen beiden Sprachräume gilt die Dominanz kultureller und nationaler Strukturierungsmerkmale nur teilweise. Das deutschsprachige Sprecher-Netzwerk wird stärker durch den journalistischen Hintergrund der Akteure geprägt als durch ihre Sprachraumzugehörigkeit und das spanischsprachige

Link-Netzwerk strukturiert der inhaltliche Schwerpunkt der Websites stärker als ihre Nationalität. Allgemein behalten nationale und kulturelle Grenzen aber auch im Sprachraumvergleich ihre Strukturrelevanz.

Insgesamt kann festgehalten werden, *dass sich die verschiedenen nationalen und sprachraumbezogenen Netzwerke auf beiden Ebenen recht transkulturell und -national entgrenzt und sowohl akteursspezifisch als auch inhaltlich vielfältig darstellen*. Öffentlichkeitsdefizite in Bezug auf transkulturelle oder transnationale Entgrenzung und Vielfalt finden sich allenfalls im Kontext der Sprachraumzugehörigkeit und des journalistischen Hintergrunds der Akteure. Ein transkulturelles Entgrenzungsdefizit kann jeweils für das deutsche, spanische, britische und US-amerikanische Link-Netzwerk und für das deutsche und US-amerikanische Sprecher-Netzwerk konstatiert werden.

Im Vergleich der Sprachräume erweisen sich alle drei Link-Netzwerke und das englischsprachige Sprecher-Netzwerk diesbezüglich als defizitär. Transnationale Entgrenzungsmängel sind dagegen nur für das deutsche, spanische und US-amerikanische Link-Netzwerk zu beanstanden. Im Hinblick auf den journalistischen Hintergrund erweisen sich nur das schweizerische und das spanische Netzwerk als einseitig. Für die Sprachräume gilt das nur für das deutschsprachige Sprecher-Netzwerk. Was die inhaltliche Vielfalt angeht, verlinkt einzig das schweizerische Netzwerk einseitig rein wirtschaftliche Inhalte.

Vor dem Hintergrund der beschriebenen Ausnahmen zeigt sich für den Diskurs zur GWFK ein recht zufriedenstellendes, wenn auch von Nation zu Nation und Sprachraum zu Sprachraum durchaus etwas abweichendes Bild, transkultureller und -nationaler Öffentlichkeit in der Wirtschafts- und Finanzblogosphäre.

8.4 Transnationale bzw. Transkulturelle Vernetzung

Das vierte und letzte Auswertungskapitel befasst sich mit dem dritten Forschungsfragenblock (III) und somit wie das Kapitel 8.3 mit der *tatsächlichen Vernetzung* zwischen verschiedenen kulturellen oder nationalen öffentlichen Sphären. Lag im vorigen Auswertungskapitel der Fokus auf der Systemintegration transnationaler Öffentlichkeit in den verschiedenen nationalen und kulturellen Diskursnetzwerken, so rücken im Rahmen dieses Kapitels die nationen- und kulturenübergreifenden partiellen Netzwerke

und mit ihnen *die Sozialintegration einzelner Blogs* in das Zentrum des Interesses (Esser 2001: 4). Ziel ist es, *Blogs mit besonderen Funktionen und Rollen in den öffentlichen Diskursnetzwerken* zu identifizieren und ihre besondere Stellung zu erklären. Welche Akteure stehen im Zentrum des kommunikativen Austausches? Und welche Akteure verbinden die einzelnen Teile der Netzwerke? Welche Charakteristika kennzeichnen diese herausragenden Akteure? Welche Rolle spielt ihre Sprachraumzugehörigkeit und Nationalität in Bezug auf ihre besondere Netzwerkposition?

Die herausragende Stellung der Akteure wird *auf der Basis der Gesamtnetzwerkmaße* bestimmt. Die Maße können, wie im vorigen Kapitel ausführlich erklärt, nicht für vollständige Gesamtnetzwerke berechnet werden, sondern nur für die *partiellen Netzwerke* der sichtbarsten deutsch-, englisch- und spanischsprachigen WiFi-Blogs zu dem Diskurs der GWFK im Sommer 2012 (Kapitel 7.1.4).¹⁷⁴

Es werden wieder *zwei Netzwerkarten* unterschieden. Einerseits das gesamte partielle Netzwerk auf der Ebene der *zitierten Sprecher* und andererseits das Netzwerk der *externen Verlinkungen* (Kapitel 8.3), jeweils über alle drei Sprachräume und die damit verbundenen Nationen hinweg. Durch die Gegenüberstellung der beiden Netzwerkarten können bedeutende Akteure auf der Grundlage traditioneller Vernetzungsformen mit internetspezifischen verglichen werden. Es geht folglich darum, in Bezug auf beide Netzwerkarten die transkulturelle und -nationale Vernetzung insgesamt zu untersuchen.

Konkret sollen die Forschungsfragen beantwortet werden, wie vernetzt die Netzwerke auf den beiden Ebenen jeweils sind (FF3a), welche Akteure bzw. Websites *zentrale Positionen* in den einzelnen Netzwerken einnehmen (FF3b) und welche Eigenschaften diese zentralen Akteure bzw. Websites kennzeichnen (FF3c). Analog sollen für beide Netzwerkebenen die *Cut-points* in den Netzwerken bestimmt (FF3d) und ihre entscheidenden Eigenschaften identifiziert werden (FF3e).

In Bezug auf die letzten Forschungsfragen können vertiefend Hypothesen aufgestellt werden. Zunächst wird jeweils angenommen, dass bestimmte Sprachraumzugehörigkeiten und Nationalitäten der Akteure und Websites sowohl ihre zentrale als auch ihre Schnittstellenposition in den Netzwerken der beiden Ebenen begünstigen. Es wird angenommen, dass

¹⁷⁴ Derartige Einschränkungen müssen im Bereich der Netzwerkforschung im Internet fast immer in Kauf genommen werden (Erlhofer 2008; Hogan 2008: 144-145) und können dennoch wertvolle Erkenntnisse über Öffentlichkeitsstrukturen im Internet liefern (Nuernbergk 2013: 353).

englischsprachige (*H3.1* und *H3.2*) und US-amerikanische (*H3.3* und *H3.4*) Akteure und Websites diesbezüglich jeweils einen Vorteil besitzen.

Zusätzlich werden noch weitere Eigenschaften der Akteure und Internetangebote in den Blick genommen, die insbesondere vor dem Hintergrund des deliberativen Ansatzes von Öffentlichkeit eine gewisse Vielfalt der Akteure und Inhalte beschreiben. In Ermangelung eines entsprechenden Forschungsstands für Cutpoints beziehen sich die folgenden Hypothesen allerdings nur auf die zentralen Knotenpunkte der Netzwerke.

In Bezug auf das Sprecher-Netzwerk wird angenommen, dass kollektive Akteure eher zentrale Positionen in dem Netzwerk einnehmen (*H3.5*), da sie über mehr Ressourcen verfügen als Einzelakteure. Auch Akteure mit einem professionell-journalistischen Hintergrund sind vermutlich eher zentrale Netzwerkknoten (*H3.6*), da sie beispielsweise über mehr Erfahrung, soziale Kontakte und Zugang zu Quellen verfügen als nicht-journalistische Akteure.

Analog dazu bekleiden auf der Linkebene aufgrund der Auswahl des Diskursthemas und -zeitraums vermutlich eher Websites mit einem wirtschaftlichen Themenschwerpunkt zentrale Stellungen in dem Netzwerk (*H3.7*), als Internetangebote mit anderen thematischen Schwerpunkten. Da sie über mehr Erfahrung und Ressourcen verfügen wird darüber hinaus angenommen, dass die Internetableger traditioneller Medienmarken eher zentrale Knoten in dem Link-Netzwerk sind (*H3.8*). Öffentlichkeitstheoretisch wünschenswert wäre dagegen, wenn sich die entscheidenden Netzwerkpositionen einigermaßen gleichmäßig über verschiedene Akteurstypen und Inhalte verteilen. Gerade im Hinblick auf eine transkulturelle und -nationale Öffentlichkeit, sollten die zentralen Positionen und Schnittstellen in den Netzwerken von Akteuren und Angeboten eingenommen werden, die verschiedenen Sprachräumen und Nationen angehören.

In den folgenden Kapiteln wird zunächst das kulturen- und nationenübergreifende *Sprecher-Netzwerk* vorgestellt (Kapitel 8.4.1). Danach werden die zentralen Blogs unter den Sprechern beschrieben und der Einfluss verschiedener Merkmale auf ihre zentrale Stellung untersucht (Kapitel 8.4.1.1). Im Anschluss daran wird analog mit den Cutpoints auf der Sprecherebene verfahren (Kapitel 8.4.1.2). Ferner wird das *Link-Netzwerk* beschrieben (Kapitel 8.4.2) und seine zentralen Knoten (Kapitel 8.4.2.1) und Schnittstellen (Kapitel 8.4.2.2) untersucht. Abschließend in Kapitel 8.4.3 werden die Erkenntnisse beider Netzwerkkarten zusammengeführt.

8.4.1 Gesamtnetzwerk: Sprecher

Das kulturen- und nationenübergreifende Sprecher-Netzwerk besteht aus den zitierenden Blogbetreibern der Ursprungs-Stichprobe und den in den Blogbeiträgen ihres jeweiligen Angebots zitierten Sprecher (Kapitel 8.3.1 und 8.3.1.1). Im Fall von mehreren Blogbetreibern für ein Angebot, wurde jeweils auf die zuerst codierte, hauptsächlich für den Bloginhalt verantwortliche Person zurückgegriffen.¹⁷⁵ Von den 208 Blogs der Ursprungs-Stichprobe sind nur die 170 Angebote in das Netzwerk eingegangen, die überhaupt Sprecher zu Wort kommen lassen. Für jedes Posting wurden aus forschungspragmatischen Gründen lediglich die drei zuerstgenannten Sprecher erfasst, weshalb das Netzwerk in doppelter Hinsicht einen Ausschnitt darstellt. Zum einen basiert es auf einer bewusst getroffenen Auswahl von Seed-Blogs und zum anderen auf den zuerst zitierten und damit vermutlich relevantesten Sprechern eines jeden Beitrags.

Zunächst gilt es *die allgemeine Vernetzung des Sprecher-Netzwerks* zu beschreiben (FF3a). Es besteht insgesamt aus 973 Akteuren und den 1553 Zitationsbeziehungen zwischen ihnen. Als Zitationsnetzwerk besteht es ausschließlich aus gerichteten Beziehungen, von denen keine reziprok sind. Das heißt, kein zitierter Sprecher ist Bestandteil der Seed-Stichprobe und zitiert wiederum den Blog, der ihn zitiert hat. Reziproke Beziehungen sind bei der untersuchten Netzwerkart grundsätzlich sehr unwahrscheinlich. Insgesamt sind nur 0,2 Prozent der Knotenpaare im Netzwerk miteinander verbunden, was auf ein nur sehr locker verbundenes Netzwerk hindeutet. Die längste kürzeste Distanz zwischen zwei zufällig ausgewählten Knoten (*Diameter*) in dem Sprecher-Netzwerk beträgt vier Pfade, was für ein verhältnismäßig wenig störungsanfälliges Kommunikationsnetzwerk steht (Jansen 2006: 97). Die *Dichte* des Netzwerks, also das Verhältnis tatsächlicher realisierter Beziehungen zu theoretisch möglichen (Hogan 2008: 149), beträgt 0,002.¹⁷⁶

Wesentlich effizienter als die Dichte beschreibt der *Clustering-Koeffizient* die Struktur eines Netzwerks. Dieses Netzwerkmaß ist zwar nicht so gebräuchlich in den Sozialwissenschaften, wird aber aus oben genanntem

¹⁷⁵ Zehn Blogger sind Herausgeber mehrerer Blogs im Seed-Datensatz, wovon es sich in sechs Fällen um zuerst codierte Blogbetreiber handelt (Cluster Family Office, Rodrigo Gonzalez Fernandes, Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft, Pedro, Teixeira, The Guardian – Wirtschaftsredaktion, Weltbank). Für diese Akteure wurden die Werte für das Angebot mit dem höheren Page Rank verwendet. Bei identischem Page Rank wurde alphabetisch nach dem Blognamen verfahren.

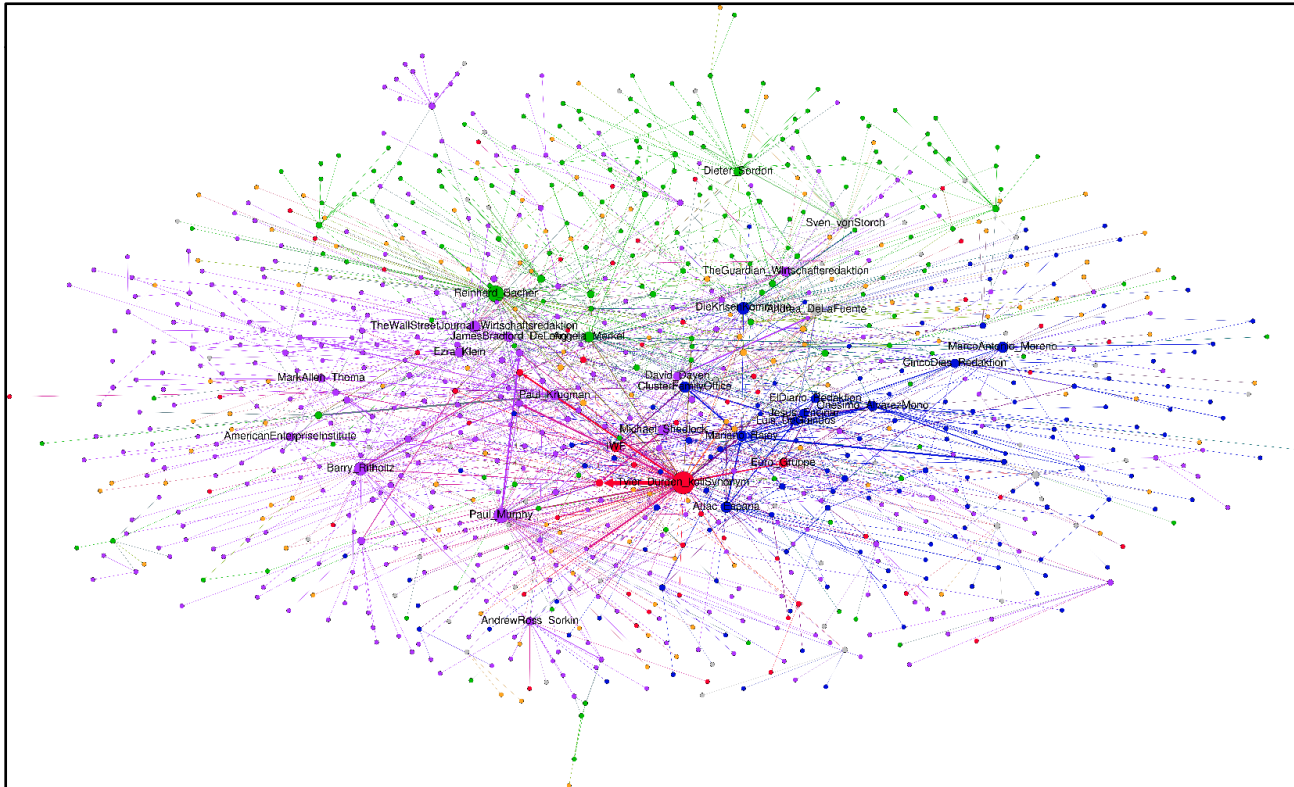
¹⁷⁶ Für eine genauere Beschreibung der allgemeinen Netzwerkmaße siehe Kapitel 8.3.1.

Grund immer häufiger berechnet und ausgewertet. Für einzelne Knoten gibt er jeweils an, wie gut seine Nachbarknoten vernetzt sind. Auf der Gesamtnetzwerkebene wird dann der Mittelwert aller Knotenkoeffizienten berechnet. Ein Koeffizient nahe Null steht für eine relativ gleichmäßige Verteilung der Beziehungen über die Knoten hinweg, während ein hoher Wert einen stark um einige wenige Knoten herum geclusterten Graphen beschreibt (Hogan 2008: 149).

Für das gesamte Sprecher-Netzwerk liegt der Wert mit 0,016 (Gewichteter Clustering-Koeffizient: 0,005) recht nah bei Null, das bedeutet, dass die Zitationsbeziehungen relativ gleichmäßig verteilt sind. Da es sich um ein gerichtetes Netzwerk handelt, kann zwischen *In- und Outdegree-Zentralisierung* des Netzwerks unterschieden werden. Aufgrund des Vorgehens der Stichprobenziehung können im Rahmen dieser Arbeit nur die eingehenden Beziehungen und demnach die Indegree-Zentralisierung für alle Netzwerkknoten gleichberechtigt beurteilt werden (Kapitel 8.3.1.1). Die Indegree-Zentralisierung des Sprecher-Gesamtnetzwerks beträgt 0,0003. Im Vergleich zu den für die einzelnen Nationen- und Sprachraum-Netzwerke der Sprecher ist es eher wenig zentralisiert, d. h. der Diskurs verteilt sich auf viele unterschiedliche Köpfe.

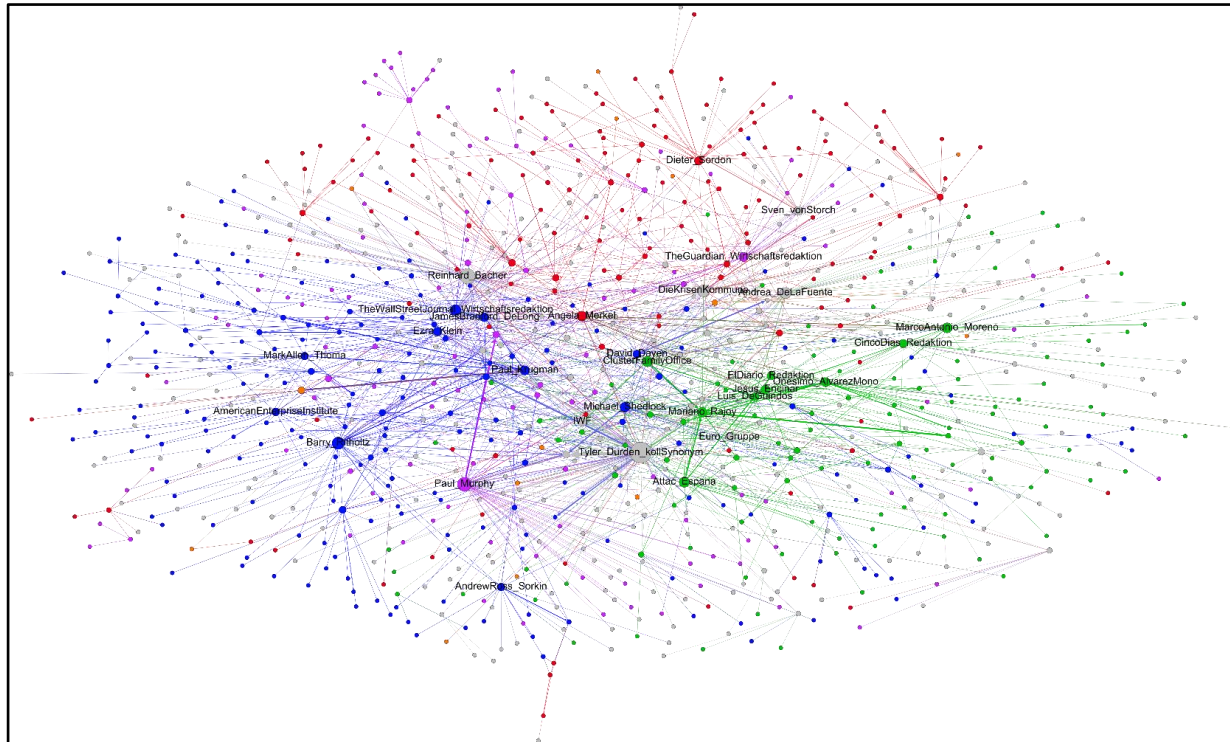
Wie die Abbildungen 8 und 9 unterstreichen, handelt es sich bei dem Sprecher-Netzwerk um ein recht großes und recht locker verbundenes Netzwerk. Die Abbildungen zeigen jeweils die Hauptkomponente des Netzwerks markiert nach Sprachraum- bzw. nationaler Zugehörigkeit der Akteure. Darüber hinaus geben die beiden Abbildungen einen visuellen Eindruck von dem Ausmaß der transkulturellen und -nationalen Vernetzung des Sprecher-Netzwerks, auf die in den folgenden Kapiteln noch genauer eingegangen wird. Visualisierungen von Netzwerken liefern hilfreiche Überblicke, sollten allerdings auch nicht überbewertet werden. Sie sind zwar ein üblicher und weit verbreiteter erster Schritt in der Netzwerkanalyse, liefern aber letztlich analytisch keine belastbaren Informationen, da ihr Layout je nach Anordnungs-Algorithmus austauschbar ist und somit irreführend sein kann (Hogan 2008: 149; Ackland/O'Neil 2011: 183-184). Dennoch sind sie eine aufschlussreiche Ergänzung zu den eigentlichen Netzwerkmaßen. Die Abbildung des Sprecher-Netzwerks betont außerdem bereits einige herausragende Akteure, die im Folgenden näher untersucht werden sollen.

Abb. 4: Das Gesamtnetzwerk (Hauptkomponente) der zitierten Sprecher nach Sprachraumzugehörigkeit



Erstellt mit Gephi 0.9.2. Sortier-Algorithmus: Yifan Hu (mit Label Adjust). Gesamtnetzwerk: Anzahl Knoten: 973, Anzahl Kanten: 1553. Hauptkomponente: Anzahl Knoten: 915 (94,0%), Anzahl Kanten: 1517 (98,0%). Kantenfarbe: Entspricht Linkquelle. Knotenfarbe: Lila=englischsprachig, grün=deutschsprachig, blau=spanischsprachig, orange=anderssprachig, rot=mehrsprachig, grau=nicht eindeutig zuordbar. Knotengröße: nach Degree Degree (10-50)

Abb. 5: Das Gesamtnetzwerk (Hauptkomponente) der zitierten Sprecher nach nationaler Zugehörigkeit



Erstellt mit Gephi 0.9.2. Sortier-Algorithmus: Yifan Hu (mit Label Adjust). Gesamtnetzwerk: Anzahl Knoten: 973, Anzahl Kanten: 1553. Hauptkomponente: Anzahl Knoten: 915 (94,0%), Anzahl Kanten: 1517 (98,0%). Kantenfarbe: Entspricht Linkquelle. Knotenfarbe: Blau=US-amerikanisch, rot=deutsch, grün=spanisch, lila=britisch, orange=schweizerisch, grau=andere Nationen/nicht zuordbar. Knotengröße: nach Degree (10-50).

Bei einem *zentralen Akteur in gerichteten Netzwerken* ist die Rede von einem Akteur mit einem hohen Prestige, insofern es sich um eine positive Beziehung handelt (Jansen 2006: 127, 143-145). Hogan (2008: 150) beschreibt Knoten mit einem hohen Out-Degree eine „authority“ im Netzwerk, während ein Knoten mit einem hohen In-Degree für ihn ein „celebrity“ ist. Erstere können schnell Informationen an viele Personen weitergeben und letztere werden von vielen Personen beobachtet. In den im Rahmen dieser Arbeit untersuchten Netzwerken bedeutet eine zentrale Position folglich, *eine starke Wahrnehmung und Auseinandersetzung mit dem Akteur*. Seine Aussagen erlangen folglich eine stärkere Verbreitung und mehr Aufmerksamkeit. Zentrale Akteure besitzen somit einen besonderen Einfluss in dem Diskursnetzwerk. Im Kontext der deliberativen Öffentlichkeitstheorie wäre es sinnvoll, wenn zentrale Akteure im Netzwerk eine gewisse gesellschaftliche Bandbreite abdeckten und sich nicht allein aus der gesellschaftlichen Elite rekrutierten. Vor dem Hintergrund transkultureller und -nationaler Öffentlichkeit sollten sie darüber hinaus aus verschiedenen Sprachräumen und Nationen stammen, damit der Diskurs nicht einseitig kulturell oder national beeinflusst wird.

Als zentralste Akteure wurden im Rahmen dieser Arbeit die zehn Prozent der Akteure mit der höchsten Indegree-Zentralität gewertet (FF3b). Demnach ergibt sich eine Liste aus 128 Akteuren, die jeweils mindestens dreimal zitiert wurden (Abbildung 10). Bei diesen zentralsten Sprechern im Netzwerk handelt es sich in etwas mehr als der Hälfte der Fälle um Einzelakteure (n=72, 56,3%) und nur in 56 Fällen (43,8%) um kollektive Akteure. Über 90 Prozent der 72 zentralen Einzelakteure sind männlich (n=64). Von den zentralsten Akteuren weist der Großteil (n=94, 73,4%) *keinen professionell-journalistischen Hintergrund* auf. Bei diesen 94 nicht-journalistischen Sprechern handelt es sich *überwiegend um politische Akteure* (n=94, 73,4%), gefolgt von den aggregierten wirtschaftlichen Sprechern (n=29, 30,9%).¹⁷⁷ Nur insgesamt 15 der nicht-journalistischen, zentralsten Sprecher sind wissenschaftliche Akteure (16%), obwohl diese Akteursgruppe insgesamt in dem untersuchten Wirtschafts- und Finanzblogdiskurs eine dominante Rolle spielt. Lediglich ein einziger Protestakteur findet sich unter den zentralsten Sprechern ohne journalistischen Hintergrund (1,1%).

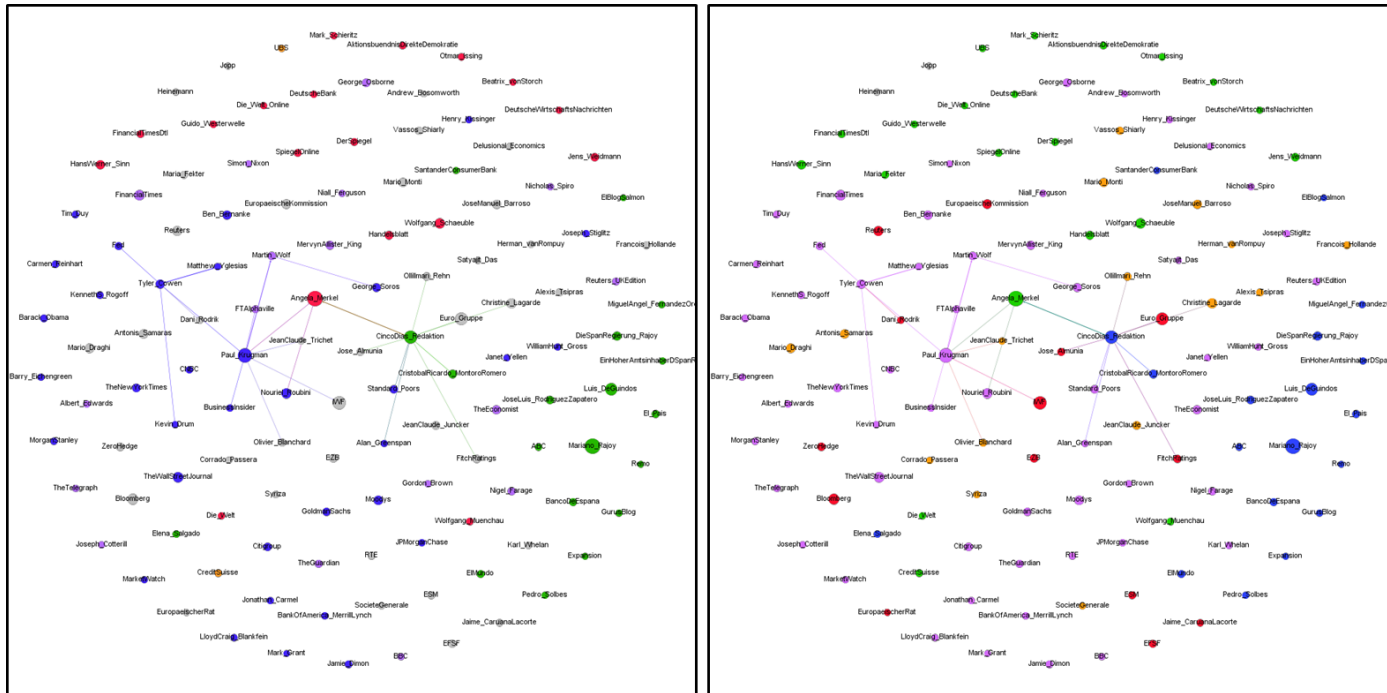
¹⁷⁷ Die 29 aggregierten wirtschaftlichen Sprecher bestehen aus 15 Repräsentanten einer Bank/eines Finanzinstituts (51,7%), sechs Repräsentanten von Einzelunternehmen/Konzernen/Investoren (20,7%), je drei Repräsentanten (10,4%) von Kredit-Ratingagenturen und von Börsen/Börsenmakler/Finanzmarktanalysten und zwei Repräsentanten einer Unternehmensberatung (6,9%).

Insgesamt kann die *Nationalität* für 126 der zentralsten Sprecher eindeutig bestimmt werden. Sie lassen sich 17 unterschiedlichen Nationen sowie der inter- und der supranationalen Ebene zuordnen. Die meisten der zentralen Akteure stammen aus den USA (n=34, 27,0%), gefolgt von ähnlich vielen spanischen (n=19, 15,1%), deutschen (n=18, 14,3%) und britischen (n=17, 13,5%) Sprechern. Jeweils bei sieben der zentralsten Sprecher (5,6%) handelt es sich um inter- bzw. supranationale Akteure. Fünf der zentralsten Akteure sind Franzosen (4,0%), jeweils drei (2,4%) Griechen oder Italiener und jeweils zwei (1,6%) Australier, Iren und Schweizer. Je einer der zentralsten Sprecher (0,8%) kommt aus Belgien, Finnland, Luxemburg, Neuseeland, Österreich, Portugal und Zypern. Obwohl die Spanienkrise und Europa während des Untersuchungszeitraums im Zentrum des Diskurses stehen, werden überwiegend die Aussagen US-amerikanischer Sprecher wiedergegeben.

Basierend auf ihrer nationalen Zugehörigkeit sind demnach 55 der zentralsten Sprecher englisch- (43,7%), 29 anders- (23,0%), 23 deutsch- (18,3%) und 19 spanischsprachig (15,1%). Es dominiert folglich eindeutig der englische Sprachraum. Im Folgenden soll geprüft werden, ob bestimmte *Eigenschaften der zentralsten Akteure* für ihre hervorgehobene Position verantwortlich sind und wenn ja, um welche es sich dabei handelt. Mithilfe von logistischen Regressionsanalysen wird der Einfluss verschiedener Akteursmerkmale auf die Wahrscheinlichkeit ihrer Zugehörigkeit zu den zentralsten zehn Prozent geprüft (Tabelle 22). Von zentralem Interesse sind im Rahmen dieser Arbeit zu transkultureller und -nationaler Öffentlichkeit wie bereits in den vorigen Auswertungskapiteln *die kulturelle und die nationale Zugehörigkeit der Akteure* im Sprechernetzwerk. Da diese beiden Eigenschaften stark miteinander korrelieren bzw. teilweise sogar aufeinander aufbauend erhoben wurden, werden sie in getrennten Modellen untersucht.

Neben den transkulturellen und -nationalen Merkmalen wird der Einfluss zweier anderer öffentlichkeitstheoretisch relevanter Akteurseigenschaften überprüft. Zum einen handelt es sich dabei um *den professionell-journalistischen Hintergrund* der Akteure, und zum anderen um die Tatsache, ob er *ein kollektiver oder ein Einzelakteur* ist. Beide alternativen Eigenschaften weisen auf den Einfluss von Ressourcen hin. Hinsichtlich des journalistischen Hintergrundes kann darüber hinaus bis zu einem gewissen Grad auch die Vielfalt der den Diskurs dominierenden Akteure ermittelt werden.

Abb. 6: Netzwerke der zentralsten Akteure (Links=Nationalität, rechts=Sprachraumzugehörigkeit)



Erstellt mit Gephi 0.9.2. Sortier-Algorithmus: Fruchterman Reingold (mit Label Adjust). Kantenfarbe: Entspricht Linkquelle. Knotenfarbe: Links: Lila=englischsprachig, grün=deutschsprachig, blau=spanischsprachig, orange=anderrsprachig, rot=mehrsprachig, grau=nicht eindeutig zuordbar. Rechts: Blau=US-amerikanisch, rot=deutsch, grün=spanisch, lila=britisch, orange=schweizerisch, grau=andere Nationen/nicht zuordbar. Knotengröße: nach Degree (10-50)

Da es sich bei allen vier Einflussfaktoren um kategoriale Variablen handelt, mussten teilweise Ausprägungen aggregiert werden, um eine ausreichende Gruppengröße ($n \geq 25$) für jede Ausprägung zu erhalten (Backhaus/Erichson/Plinke/Weiber 2016). Sowohl die Blogbetreiber des Seed-Netzwerks als auch die zitierten Sprecher stammen aus sehr unterschiedlichen Nationen. Die deutsche, griechische, spanische, US-amerikanische und britische Nationalität ist genügend unter den Akteuren des Sprechernetzwerks vertreten.¹⁷⁸ Die Zugehörigkeiten zu den beiden transnationalen Ebenen mussten mangels ausreichender supranationaler Akteure zusammengefasst werden. Daneben bilden die anderen EU-Nationen und die weiteren Nicht-EU-Mitgliedsländer jeweils eine eigene Sammelkategorie.. Sowohl das Regressionsmodell mit der Sprachraumzugehörigkeit der Akteure (Tabelle 22, Modell 1) als auch dasjenige mit ihrer nationalen Zugehörigkeit (Tabelle 22, Modell 2) als Erklärungsfaktor erweisen sich als signifikant. Anhand des *ersten Modells* zeigt sich, dass die *Sprachraumzugehörigkeit* eines Akteurs offenbar keinerlei signifikanten Einfluss darauf hat, ob er zu den prestigeträchtigsten zehn Prozent der Akteure in dem Sprecher-Netzwerk gehört. Und auch das Vorhandensein eines journalistischen Hintergrundes hat darauf keinen Einfluss. Lediglich sein Status als kollektiver oder Einzelakteur zeigt einen signifikanten Effekt. Die Wahrscheinlichkeit für kollektive Akteure, zu den prestigeträchtigsten zehn Prozent zu zählen, sinkt gegenüber den Einzelakteuren um 52 Prozent.

Das *zweite Regressionsmodell* demonstriert, dass auch die *Nationalität* der Akteure allenfalls vereinzelt einen Einfluss auf ihr Prestige im Netzwerk hat. Nur für die beiden Sammelausprägungen zeigt sich ein signifikanter Einfluss. Im Verhältnis zu US-amerikanischen Akteuren haben sowohl Akteure aus nur vereinzelt im Datensatz vertretenen EU-Ländern, als auch aus anderen Nicht-EU-Ländern eine gesteigerte Wahrscheinlichkeit zu den meistzitiertesten Sprechern in dem Netzwerk zu gehören. Da es sich um Sammelgruppen handelt ist dieser Einfluss aber jeweils nur schwer zu werten. Auch in dem zweiten Modell ist der Status als kollektiver bzw. Einzelakteur signifikant. Hier liegt die Wahrscheinlichkeit kollektiver Akteure im Verhältnis zu Einzelakteuren um 50 Prozent höher ein besonders prestigeträchtiger Knoten zu sein.

¹⁷⁸ Die gesamten Akteure des Sprecher-Netzwerks (nicht nur die zentralsten Sprecher) in dieser Analyse verteilen sich wie folgt auf die Nationen: Deutschland=163 (16,8%), Griechenland=42 (4,3%), Spanien=126 (13,0%), USA=250 (25,7%), Großbritannien=120 (12,3%), transnationale Ebene=57 (5,9%), andere EU-Mitgliedsländer=94 (9,7%), sonstige Nicht-EU-Nationen=73 (7,5%). Für 48 Akteure (4,9%) kann die nationale Zugehörigkeit nicht eindeutig bestimmt werden.

Tab. 22: Einflussfaktoren auf die Zugehörigkeit der Akteure zu den zentralsten Netzwerkknoten (90%-Perzentil, n=126)

Einflussfaktor	Model 0	Modell 1 ¹		Model 0	Modell 2 ²	
		B	OR		B	OR
<i>Sprachraumzugehörigkeit (im Verhältnis zu englischsprachigen Akteuren)</i>						
Deutschsprachig		0,055	1,057			
Spanischsprachig		-0,136	0,873			
...Anderssprachig		0,008	1,008			
<i>Nationalität (im Verhältnis zu US-amerikanischen Akteuren)</i>						
Griechenland					0,809	2,246
Spanien					0,558	1,748
Deutschland					0,030	1,030
Großbritannien					0,849	2,337
Transnational					0,886	2,424
...Andere EU-Mitgliedsländer					1,199*	3,317*
...Sonstige Nicht-EU-Nationen					1,088*	2,967*
<i>(Nicht-)journalistischer Akteurstyp (im Verhältnis zu nicht-journalistischen Akteuren)</i>						
		0,099	1,104		0,066	1,068
<i>Kollektiver vs. Einzelakteur (im Verhältnis zu Einzelakteuren)</i>						
		-0,739***	0,478*		-0,683***	0,505*
Konstante		-1,437***	0,060		-2,220***	0,109
N			919			919
Nagelkerke's R ²			0,027			0,044
Korrekte Klassifizierungen	86,3		86,3	86,3		86,3

*p≤0,05; **p≤0,01; ***p≤0,001. ¹Chi²=13,919, df=5, p =0,016. ²Chi²=22,669, df=9, p =0,007.

Insbesondere Einzelakteure, egal welcher kulturellen oder nationalen Zugehörigkeit und ungeachtet ihres journalistischen Hintergrundes, sind prestigeträchtige Sprecher im Netzwerk (FF3c).

Betrachtet man die Effektstärke der beiden Modelle zeigt sich, dass das erste Modell der Sprachraumzugehörigkeit der zentralsten Akteure nur eine schwache Effektstärke aufweist ($f=0,17$), während die Effektstärke des zweiten Modells der Nationalität ($f=0,22$) immerhin einem mittleren Effekt entspricht.¹⁷⁹ Die nationale Zugehörigkeit der Akteure erklärt folglich ihre zentrale Position etwas besser, als ihre Sprachraumzugehörigkeit. Relevantanter als die kulturelle oder nationale Zugehörigkeit der Akteure scheint aber ihr Status als Einzel- bzw. kollektiver Akteur zu sein. Zusätzlich scheinen möglicherweise noch andere Einflussfaktoren die Erklärungskraft der Modelle steigern zu können, die im Rahmen dieser Analyse nicht von zentralem Interesse waren. Das bedeutet, dass die kulturelle und nationale Zugehörigkeit eines Akteurs nicht wirklich relevant ist für eine zentrale Rolle in dem Wirtschafts- und Finanzblogdiskurs zur GWFK (FF3c). Die Hypothesen 3.1 und 3.3, die besagen, dass englischsprachige bzw. US-amerikanische Akteure eher zentrale Positionen in dem Netzwerk einnehmen, bestätigen sich darüber hinaus nicht. Das gilt ebenso für die Hypothese, dass sich seine professionell-journalistische Erfahrung positiv auf das Prestige eines Sprechers auswirkt (H3.6). Der Hypothese, dass kollektive Akteure aufgrund ihrer größeren Ressourcen eher zu den prestigeträchtigen Sprechern gehören (H3.5), muss sogar widersprochen werden. Im Gegenteil begünstigt der Status als Einzelakteur eher eine herausragende Position. Vermutlich sind Zitationsnetzwerke stärker auf konkrete Personen zugeschnitten. Das würde auf einen Hang zur Personalisierung hindeuten, wie er auch schon für die Wirtschaftsberichterstattung traditioneller Medien nachgewiesen wurde. Insgesamt weist das Sprecher-Netzwerk in Bezug auf seine zentralen Sprecher keine kulturellen oder nationalen Präferenzen auf, was insgesamt in Richtung eines transkulturellen und -nationalen Diskurses deutet.

8.4.1.2 Sprecher-Netzwerk: Cutpoints

Neben den über die verschiedenen Zentralitätsmaße ermittelten entscheidenden Netzwerkknoten, sind aus öffentlichkeitstheoretischer Sicht noch

¹⁷⁹ Für die Effektstärke wurde Nagelkerke R-Quadrat berechnet und anhand der Effektstärke nach Cohen (1988) beurteilt.

weitere besondere Netzwerkpositionen relevant. Im Hinblick auf die Integration öffentlicher Diskurse sind insbesondere Akteure von Interesse, die verschiedene Netzwerkeile miteinander verbinden, die ohne sie unverbunden wären. Im Rahmen der sozialen Netzwerkanalyse werden diese Netzwerkpositionen als Cutpoints bezeichnet (Jansen 2006: 98). In diesem Kapitel werden *die Cutpoints des transkulturellen und -nationalen Sprecher-Netzwerks* identifiziert (FF3d) und ihre herausgehobene Position im Netzwerk anhand verschiedener Eigenschaften erklärt (FF3e).

Wird ein Cutpoint-Akteur aus dem Sprecher-Netzwerk entfernt, zerfällt es in mindestens zwei verschiedene Komponenten, die nicht mehr miteinander verbunden wären (Jansen 2006: 98). In dieser Form überbrücken sie strukturelle Lücken und genießen dadurch strukturelle Autonomie (Burt 1992; Jansen 2006: 29; Breiger 2010: 40). Cutpoint-Akteure „sind die Brücken, über die der Informationsfluss zwischen den engen Clustern von homogenen Gruppen fließt“ (Jansen 2006: 244). Sie sind folglich *eine Art Makler zwischen verschiedenen Akteursgruppen*, stehen an der *Schnittstelle zwischen verschiedenen sozialen Kreisen* und spielen als solche eine kontrollierende, einflussreiche Rolle in öffentlichen Diskursen. Es hängt jeweils von dem einzelnen Cutpoint ab, ob er seine besondere Position auch tatsächlich zur inhaltlichen Integration eines Diskursnetzwerks nutzt oder die ohne ihn nicht koordinationsfähigen Akteure gegeneinander ausspielt (Jansen 2006: 30; Hogan 2008: 143). Bei Cutpoint-Akteuren handelt es sich üblicherweise um „Modernisierer“ und „Innovateure“, die Ideen und Informationen aus getrennten Zusammenhängen zusammenbringen (Jansen 2006: 106; Ikeda/Yasuda 2015: 1505).

Vor dem Hintergrund des deliberativen Ansatzes von Öffentlichkeit ist es wünschenswert, dass auch diese entscheidenden Positionen im Netzwerk von möglichst vielfältigen Akteuren bekleidet werden, sodass auch diese Form der Informationsmacht im Diskurs ausgeglichen verteilt ist. Im Kontext transkultureller und -nationaler Öffentlichkeit liegt dabei der Fokus insbesondere auf der kulturellen und nationalen Zugehörigkeit der Cutpoint-Akteure. Ihre kulturelle und nationale Zugehörigkeit sollte keinen Einfluss auf ihre Position im Netzwerk haben, sodass keine Gefahr einer einseitigen kulturellen oder nationalen Beeinflussung des Diskurses besteht.

Die Berechnung der Cutpoints setzt auf Gruppenmaßen eines Netzwerks auf und ist somit auf einer Ebene zwischen Gesamtnetzwerkmaßen und individuellen Prominenzmaßen wie beispielsweise der Zentralität eines Akteurs einzuordnen. Anhand von verschiedenen Subgraphen werden einzelne Gruppen im Netzwerk, also im Verhältnis zum Gesamtnetzwerk unterei-

einander relativ dicht vernetzte Akteure, identifiziert. Dabei können verschiedene Arten von Subgraphen und ihrer Bestimmung unterschieden werden (Hogan 2008: 150).

Die Cutpoint-Analyse basiert auf der Bi-Komponentenanalyse. Als Bi-Komponente gelten Gruppen, deren Mitglieder über mindestens zwei voneinander unabhängige Pfade miteinander vernetzt sind. Außerdem handelt es sich bei ihnen um einen nicht trivial verbundenen Subgraphen, also um eine Gruppe, die aus mindestens drei Akteuren besteht. *Knoten, die verschiedene Bi-Komponenten miteinander verbinden sind Cutpoints.*

Üblicherweise werden Cutpoints eher im Kontext ungerichteter Netzwerke ermittelt, es kann aber durchaus sinnvoll sein, sie auch für gerichtete Netzwerke zu bestimmen, um die Maklerstärke einzelner Knoten festzustellen (Jansen 2006: 147). Zu diesem Zweck muss das entsprechende Netzwerk vorab symmetrisiert werden, das heißt dass alle nicht reziproken Beziehungen in reziproke umgewandelt werden. Die Richtung einer Beziehung wird also nicht länger berücksichtigt. Das *Symmetrisieren eines Netzwerks* wirkt sich somit auf Gesamtnetzwerkmaße wie beispielsweise die Dichte aus. Im Rahmen dieser Arbeit dient das symmetrisierte Sprecher-Netzwerk ausschließlich der Identifikation von Cutpoint-Akteuren.

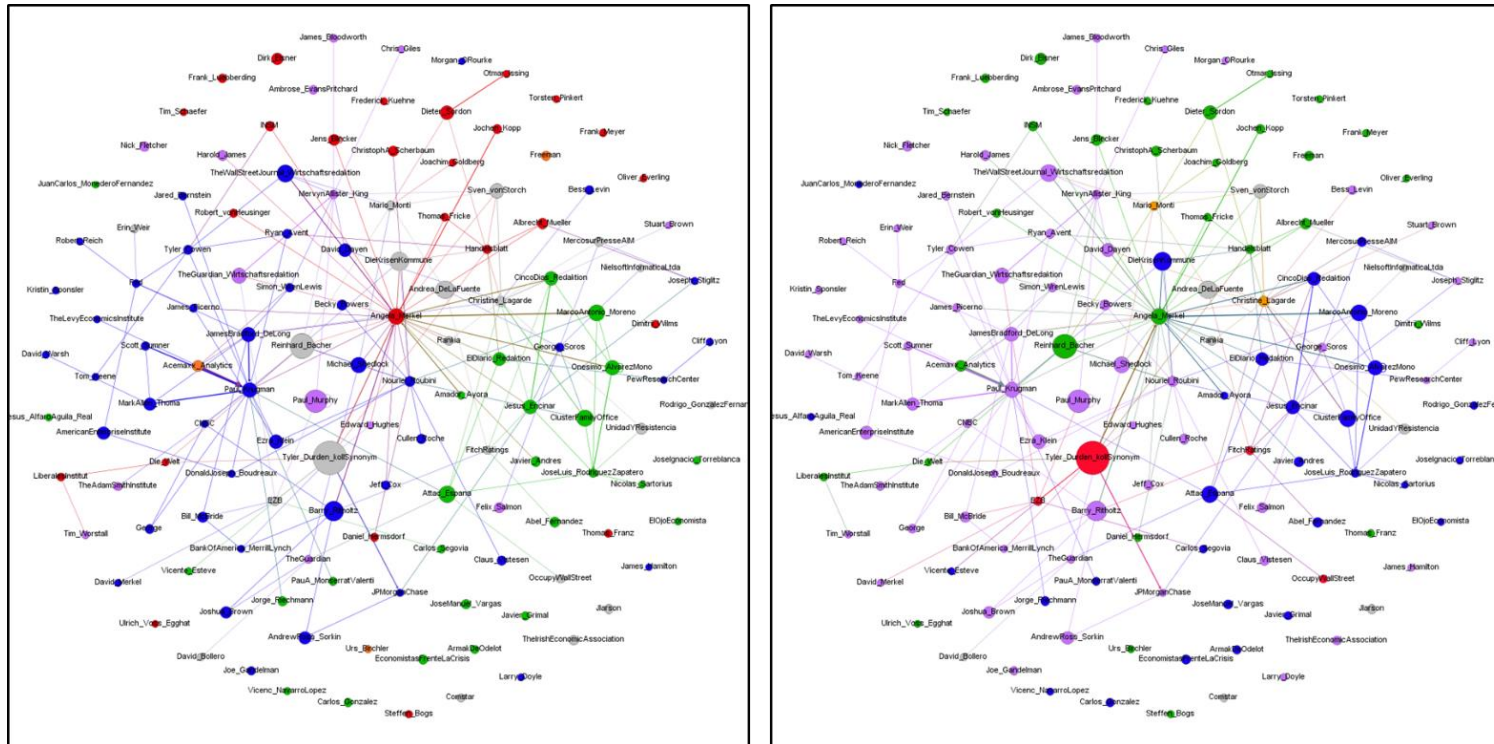
Insgesamt enthält das Sprecher-Netzwerk 132 Cutpoint-Akteure (FF3d). Darunter sind 100 Einzel- (76,9%) und 30 kollektive Akteure (23,1%). Für zwei Fälle konnte der Status als Einzel- bzw. kollektiver Akteur nicht eindeutig bestimmt werden. Von den 100 Einzelakteuren sind 91 männlich und nur sechs weiblich. In drei Fällen konnte das Geschlecht nicht festgestellt werden. Insgesamt sind 43 der Cutpoint-Akteure journalistisch (34,4%), während 82 *keinen journalistischen Hintergrund* (65,6%) besitzen. In sieben Fällen konnte das Vorhandensein eines journalistischen Hintergrunds weder eindeutig festgestellt noch ausgeschlossen werden. Unter den 82 nicht-journalistischen Cutpoints bilden *die wissenschaftlichen Akteure die größte Gruppe* (n=29, 35,4%), dicht gefolgt von den zusammengefassten wirtschaftlichen Akteuren (n=26, 31,7%).¹⁸⁰ In elf Fällen (13,4%) handelt es sich um einfache Bürger ohne Hinweis auf eine Profession. Neun Cutpoints (11%) sind politische Akteure, vier Repräsentanten von Protestgruppen (4,9%) und drei Repräsentanten von Verbänden oder anderen Interessengruppen (3,7%).

¹⁸⁰ Die 26 aggregierten wirtschaftlichen Sprecher bestehen aus acht Repräsentanten von Einzelunternehmen/Konzernen/Investoren (30,8%), sieben Börsenmaklern/Finanzmarktanalysten (26,9%), sechs Repräsentanten einer Unternehmensberatung (23,1%), vier Repräsentanten einer Bank/eines Finanzinstituts (15,4%) und einem Repräsentanten (3,8%) einer Kredit-Ratingagenturen.

Bis auf acht kann die *nationale Herkunft* für 124 Cutpoint-Akteure eindeutig festgestellt werden (Abbildung 7). Sie können insgesamt 14 unterschiedlichen Nationalitäten sowie der inter- und supranationalen Ebene zugeordnet werden. Rund ein Drittel der Cutpoints stammen aus den USA (n=42, 33,9%), gefolgt von Deutschland und Spanien mit jeweils 26 Cutpoints (21,0%). Aus Großbritannien stammen 14 (11,3%) und aus der Schweiz drei Cutpoints (2,4%). Ebenfalls drei Cutpoints (2,4%) lassen sich der internationalen Ebene zuordnen. Supranational ist dagegen nur ein einziger Cutpoint (0,8%). Aus Argentinien, Chile, Dänemark, Frankreich, Irland, Kanada, Österreich und Paraguay stammt jeweils auch nur ein einziger Cutpoint. Ähnlich wie bereits bei den zentralen Akteuren sind auch unter den Cutpoints US-amerikanische Akteure dominant, trotz eines europäischen Fokus des untersuchten Krisendiskurses. Auf der Grundlage ihrer Nationalität wurden die Akteure den verschiedenen Sprachräumen zugeteilt. Knapp die Hälfte der Cutpoints (n=58, 46,8%) ist englischsprachig. Je ungefähr 30 Prozent sind deutsch- (n=30, 24,2%) oder spanischsprachig (n=27, 21,8%). Die restlichen neun (6,8%) entstammen anderer Sprachräume. Auch der Großteil der Cutpoints ist folglich englischsprachig. Analog zu den zentralsten Sprechern wird auch der Einfluss verschiedener Akteursmerkmale auf ihre Zugehörigkeit zu den Cutpoints mithilfe logistischer Regressionsanalysen überprüft (Tabelle 23). Im Vordergrund stehen wieder die kulturelle und nationale Zugehörigkeit der Akteure. Da diese beiden Merkmale stark miteinander korrelieren, werden sie erneut in zwei unterschiedlichen Modellen untersucht. Darüber hinaus wird der Einfluss des professionell-journalistischen Hintergrunds und der Tatsache, ob es sich um einen kollektiven oder einen Einzelakteur handelt, ermittelt. Alle vier Einflussfaktoren sind kategoriale Variablen, deren Ausprägungen teilweise aggregiert werden mussten, um die Bedingungen für die Regressionsanalysen zu erfüllen (Kapitel 8.4.1.1).

Beide Regressionsmodelle sind signifikant (Tabelle 23). Das erste Modell, das die Sprachraumzugehörigkeit der Akteure testet, zeigt dass diese im Verhältnis zu englischsprachigen Akteuren durchaus einen signifikanten Einfluss hat. Für deutsch- (+191%), spanisch- (+202%) und anderssprachige (+346%) Akteure steigt jeweils in Abgrenzung zu englischsprachigen Akteuren mit steigender Tendenz die Wahrscheinlichkeit ein Cutpoint im Sprecher-Netzwerk zu sein. Die Hypothese, dass englischsprachige Akteure eher Cutpoint-Positionen in dem Netzwerk einnehmen und somit zwischen verschiedenen Gruppen vermitteln (*H3.2*), bestätigt sich also nicht.

Abb. 7: Netzwerke der Cutpoint Akteure (links=Nationalität, rechts=Sprachraumzugehörigkeit)



). Erstellt mit Gephi 0.9.2. Sortier-Algorithmus: Fruchterman Reingold (mit Label Adjust). Kantenfarbe: Entspricht Linkquelle. Knotenfarbe: Links: Lila=englischsprachig, grün=deutschsprachig, blau=spanischsprachig, orange=anderssprachig, rot=mehrsprachig, grau=nicht eindeutig zuordbar. Rechts: Blau=US-amerikanisch, rot=deutsch, grün=spanisch, lila=britisch, orange=schweizerisch, grau=andere Nationen/nicht zuordbar. Knotengröße: nach Degree (10-50)

Es scheint eher umgekehrt zu sein, dass in den einzelnen Sprachräumen bestimmte Sprecher diese Vermittlungspositionen zum englischen Sprachraum einnehmen. Das Vorhandensein eines journalistischen Hintergrundes hat keinen signifikanten Effekt auf die relative Wahrscheinlichkeit eines Akteurs zu den Cutpoints zu gehören. Der Status als Einzel- oder kollektiver Akteur dagegen schon. Im Verhältnis zu Einzelakteuren haben kollektive Akteure eine 72 Prozent höhere Wahrscheinlichkeit zu diesen Schnittstellen-Akteuren zu gehören. Das zweite Regressionsmodell prüft den Einfluss der nationalen Zugehörigkeit der Akteure im Verhältnis zu US-amerikanischen Akteuren. Lediglich die britische Nationalität eines Sprechers hat hier eine signifikant gesteigerte Wahrscheinlichkeit. Britische Akteure besitzen gegenüber US-amerikanischen eine 172 Prozent höhere Wahrscheinlichkeit ein Cutpoint zu sein. Die restlichen Nationalitäten zeigen im Verhältnis zu US-amerikanischen Akteuren keinen signifikanten Einfluss. Die Hypothese, dass US-amerikanische Akteure eher Cutpoint-Akteure sind als die Akteure anderer Nationen (*H3.4*), bestätigt sich folglich nicht. Der journalistische Hintergrund der Akteure zeigt auch in Kombination mit der Nationalität der Akteure keinen signifikanten Einfluss, während sich der Status des Akteurs als kollektiver oder Einzelakteur auch hier als signifikant erweist. Kollektive Akteure haben gegenüber Einzelakteuren eine 84 Prozent höhere Wahrscheinlichkeit eine Cutpoint-Position im Netzwerk einzunehmen (*FF3e*).

Ein Blick auf die Effektstärke zeigt das folgende Bild: Das erste Modell der Sprachraumzugehörigkeit (Nagelkerke $R\text{-Quadrat}=0,054$, $f=0,24$) erklärt die Cutpoint-Position eines Akteurs also etwas besser als das zweite mit der Nationalität ($R\text{-Quadrat}=0,075$, $f=0,29$). Beide Modelle besitzen eine mittlere Effektstärke nach Cohen (1988). In beiden Modellen weisen kollektive Akteure eine höhere Wahrscheinlichkeit auf, eine Schnittstellenposition im Netzwerk einzunehmen. Lediglich die kulturelle Zugehörigkeit der Akteure sowie die britische Nationalität scheinen einen signifikanten Einfluss auf ihren Cutpoint-Status zu besitzen. Deutsch-, spanisch- und anderssprachige Akteure sind eher Cutpoints als englischsprachige Akteure. Sie nehmen folglich eher Maklerpositionen ein. Das gleiche gilt für britische Akteure. Mitglieder anderer Nationalitäten sind nicht signifikant eher Cutpoints. Diesbezüglich zeigt das Sprecher-Netzwerk keine nationalen Präferenzen, was aus deliberativer Sicht wünschenswert ist.

Tab. 23: Einflussfaktoren auf die Cutpoint-Position der Sprecher (n=121)

Einflussfaktor	Model 0	Modell 1 ¹		Model 0	Modell 2 ²	
		B	OR		B	OR
Sprachraumzugehörigkeit (im Verhältnis zu englischsprachigen Akteuren)						
Deutschsprachig		1,068**	2,910*			
Spanischsprachig		1,105**	3,020*			
...Anderssprachig		1,494***	4,456*			
Nationalität (im Verhältnis zu US-amerikanischen Akteuren)						
Griechenland				0,734		2,083
Spanien				0,662		1,938
Deutschland				-18,792		0,000
Großbritannien				0,999*		2,717*
Transnational				0,266		1,305
...Andere EU-Mitgliedsländer				0,162		1,176
...Sonstige Nicht-EU-Nationen				-0,483		0,617
<i>(Nicht-)journalistischer Akteurstyp</i> <i>(im Verhältnis zu nicht-journalistischen Akteuren)</i>		-0,395	0,673	-0,427		0,652
<i>Kollektiver vs. Einzelakteur (im Verhältnis zu Einzelakteuren)</i>		0,541*	1,719*	0,609*		1,838*
Konstante		-3,008***	0,049	-2,516***		0,081
N			919			919
Nagelkerke's R ²			0,054			0,075
Korrekte Klassifizierungen	86,8		86,8	86,8		86,8

*p≤0,05; **p≤0,01; ***p≤0,001. ¹Chi²=27,186, df=5, p =0,000. ²Chi²=37,980, df=9, p =0,000.

8.4.2 Gesamtnetzwerk: Verlinkungen

Analog zu dem Sprecher-Netzwerk in den vorherigen Kapiteln soll in diesem Kapitel *das kulturen- und nationenübergreifende Netzwerk der externen Verlinkungen* untersucht werden. Auf diese Weise können die Erkenntnisse zu einer Verweisform der traditionellen Massenmedien (Sprecher-Netzwerke), mit denjenigen für internetspezifische Verweisformen (Verlinkungen) verglichen werden. Im Zentrum des Interesses steht jeweils die transkulturelle und -nationale Vernetzung des partiellen Gesamtnetzwerks. Dieses Gesamtnetzwerk besteht aus den WiFi-Blogs der Ursprungs-Stichprobe und den von ihnen verlinkten externen Websites (Kapitel 8.3.1 und 8.3.1.2).

Von den insgesamt 208 Blogs der ursprünglichen Stichprobe sind nur die 159 Angebote in dem Gesamtnetzwerk vertreten, die auch tatsächlich extern verlinken. Außerdem wurden für jedes Posting aus forschungspragmatischen Gründen nur die drei zuerst verlinkten externen Linkziele erfasst und anschließend auf Blogebene aggregiert. Auch bei dem Link-Netzwerk handelt es sich somit in doppelter Weise um einen Ausschnitt, der bewussten Auswahl an Seed-Blogs und auf den relevantesten Verlinkungen eines jeden Beitrags.

In einem ersten Schritt soll *die allgemeine Vernetzung des transkulturellen und -nationalen Link-Netzwerks* beschrieben werden (FF3a). Das Netzwerk basiert auf 601 unterschiedlichen Internetangeboten und den 996 Verlinkungen zwischen ihnen. Es ist also etwa um ein Drittel Knoten und Kanten kleiner als das Sprecher-Netzwerk. Obwohl bei großen Link-Netzwerken reziproke Beziehungen selten sind, beträgt die *dyadische Reziprozität* 0,001. Von den extern verlinkenden Seed-Blogs sind 46 Angebote selbst wiederum Ziel von externen Verlinkungen geworden. Das Netzwerk umfasst also 159 reine Seed-Blogs und 488 einzigartige Linkziele. Insgesamt sind 1,5 Prozent der Knotenpaare im Netzwerk miteinander verbunden (*Connectedness*), mehr als in dem allerdings größeren Sprecher-Netzwerk. Auch das Link-Netzwerk ist folglich nicht sehr eng vernetzt.

Die längste kürzeste Distanz zwischen zwei zufälligen Angeboten (*Diameter*) liegt bei neun Pfaden.¹⁸¹ Im Gegensatz zu den vier Pfaden des größeren

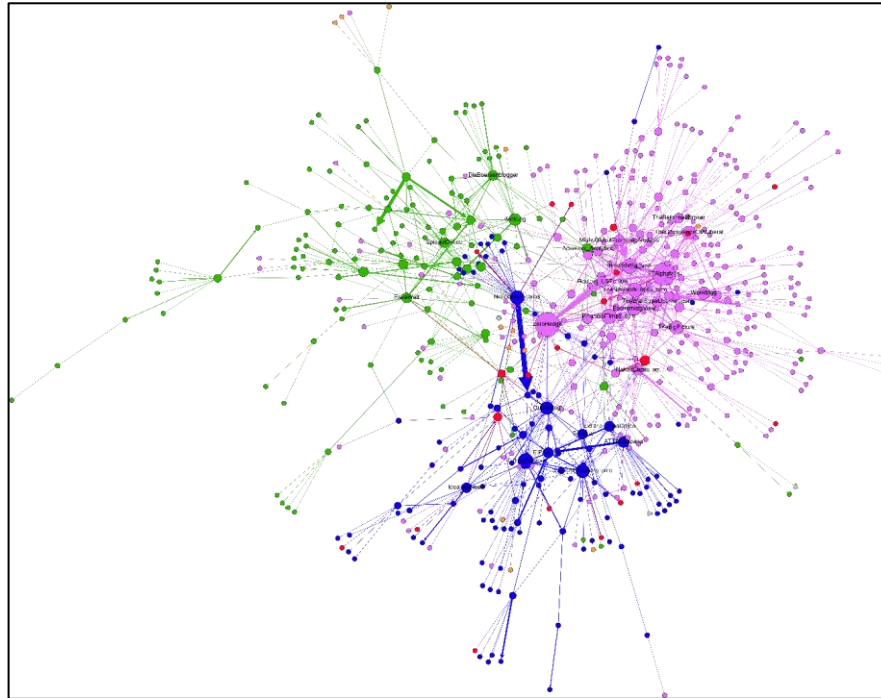
¹⁸¹ Untersuchungen in der Tradition des Small-World-Phänomens zum WWW um die Jahrtausendwende ergaben, dass Websites trotz ihrer schier unendlichen Anzahl durchschnittlich nur durch 19 Trennungsgrade voneinander getrennt sind. Mit durchschnittlich 19 Mausclicks kann, ausgehend von einer beliebigen Website

Sprecher-Netzwerks handelt es sich bei dem Link-Netzwerk also um ein deutlich störungsanfälligeres Netz, da Informationen unter Umständen längere Wege zurücklegen und mehrere Kommunikatoren passieren müssen. Die *Dichte* des Netzwerks beträgt 0,003 und der *Clustering-Koeffizient* (Kapitel 8.4.1) liegt bei 0,086 (Gewichteter Clustering-Koeffizient: 0,046). Wenig überraschend werden in dem kleineren Link-Netzwerk mehr potenzielle Beziehungen realisiert, als in dem größeren Sprecher-Netzwerk. Der Clustering-Koeffizient liegt etwas höher, als bei dem Sprecher-Netzwerk, aber immer noch näher an Null, als an Eins. Das bedeutet, dass die Verlinkungen verhältnismäßig gleichmäßig über die verschiedenen Angebote verteilt sind und sich nicht stark um einige wenige Netzwerkknoten herumgruppieren. Auch das Link-Netzwerk besteht aus gerichteten Beziehungen, weshalb zwischen In- und Outdegree-Zentralisierung unterschieden werden kann. Im Rahmen dieser Studie ist aber aus erhebungstechnischen Gründen vor allem die *Indegree-Zentralisierung* von Interesse (Kapitel 8.3.1.1). Sie weist einen Wert von 0,044 auf (Outdegree-Zentralisierung: 0,067). Obwohl bei einem kleineren Netzwerk eine höhere Gradzentralisierung erwartet werden kann, liegt der Wert für das Link-Netzwerk doch deutlich über dem des Sprecher-Netzwerks. Wenig überraschend werden die untersuchten Internetangebote häufiger verlinkt, als die untersuchten Sprecher zitiert werden.

Desweiteren werden analog zu den Sprecher-Netzwerken in den folgenden Kapiteln herausragende Angebote in dem Link-Netzwerk identifiziert und charakterisiert. Die Abbildungen 12 und 13 geben einen ersten Eindruck über die Netzwerkstruktur der Link-Netzwerke. Sie zeigen einen stark verlinkten Kern mit einer weit verstreuten Peripherie. Außerdem zeigen sie das Ausmaß transkultureller und -nationaler Vernetzung sowie einige der herausragenden Knoten, auf die in den folgenden Kapiteln näher eingegangen werden soll.

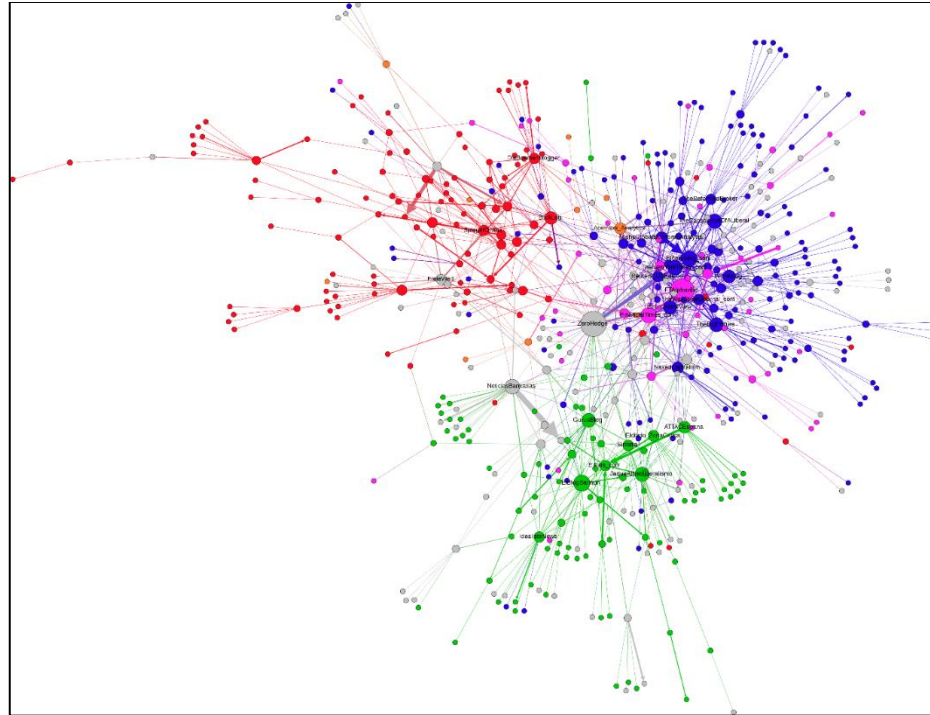
jede andere Website des WWW erreicht werden (Barabasi 2003: 165; De Maeyer 2012: 738). Vor diesem Hintergrund erscheinen die neun Pfade der längsten kürzesten Distanz des Link-Netzwerks eher gering.

Abb. 8: Das Gesamtnetzwerk (Hauptkomponente) der verlinkten Websites nach Sprachraumzugehörigkeit



Erstellt mit Gephi 0.9.2. Sortier-Algorithmus: Yifan Hu (mit Label Adjust). Gesamtnetzwerk: Anzahl Knoten: 601, Anzahl Kanten: 996. Hauptkomponente: Anzahl Knoten: 561 (93,3%), Anzahl Kanten: 973 (97,7%). Kantenfarbe: Entspricht Linkquelle. Knotenfarbe: Lila=englischsprachig, grün=deutschsprachig, blau=spanischsprachig, orange=anderssprachig, rot=mehrsprachig, grau=nicht eindeutig zuordbar. Knotengröße: nach Degree (10-50)

Abb. 9: Das Gesamtnetzwerk (Hauptkomponente) der verlinkten Websites nach nationaler Zugehörigkeit



Erstellt mit Gephi 0.9.2. Sortier-Algorithmus: Yifan Hu (mit Label Adjust). Gesamtnetzwerk: Anzahl Knoten: 601, Anzahl Kanten: 996. Hauptkomponente: Anzahl Knoten: 561 (93,3%), Anzahl Kanten: 973 (97,7%). Kantenfarbe: Entspricht Linkquelle. Knotenfarbe: Blau=US-amerikanisch, rot=deutsch, grün=spanisch, lila=britisch, orange=schweizerisch, grau=andere Nationen/nicht zuordbar. Knotengröße: nach Degree (10-50).

8.4.2.1 Link-Netzwerk: Zentralste Internetangebote

In diesem Kapitel sollen die *besonders zentralen Internetangebote des transkulturellen und -nationalen Link-Netzwerks* in den Blick genommen werden. Zunächst werden die zentralsten Internetangebote identifiziert und ihre Eigenschaften beschrieben. Danach wird der Einfluss bestimmter Merkmale auf ihre besondere Position im Netzwerk überprüft. Zur Bestimmung der zentralsten Netzwerkpositionen wird analog zu dem Vorgehen bezüglich des Sprecher-Netzwerks auf die *Indegree-Zentralität der einzelnen Internetangebote* zurückgegriffen, also die Anzahl ihrer eingehenden Verlinkungen (Kapitel 8.4.1.1). Bei den zentralsten Knoten handelt es sich folglich um die Angebote mit dem höchsten Prestige, die von den meisten anderen Netzwerkteilnehmern wahrgenommen und beobachtet werden. Ihre Aussagen besitzen dadurch vermutlich ein spezielles Gewicht und Einfluss in dem Diskurs. Auch auf der Linkebene wäre es daher aus öffentlichkeitstheoretischer Sicht erstrebenswert, dass diese Angebote möglichst vielfältig sind und eine gewisse gesellschaftliche Bandbreite widerspiegeln. Da im Rahmen dieser Studie der transkulturelle und -nationale Aspekt von Öffentlichkeit im Vordergrund steht, sollten die zentralsten Angebote nicht von Angeboten aus bestimmten Sprachräumen oder aus einzelnen Nationen dominiert werden.

Da das Link-Netzwerk eine stärkere Indegree-Zentralisierung aufweist als das Sprecher-Netzwerk und um trotzdem ausreichende Fallzahlen zu gewährleisten, wurden an dieser Stelle als zentralste Akteure die 20 Prozent der Knoten mit dem höchsten Indegree gewertet (FF3b). Durch dieses Vorgehen ergibt sich eine Liste mit 184 Internetangeboten, auf die im Datensatz jeweils mindestens zweimal verlinkt wurde (Abbildung 14).¹⁸²

Bei über der Hälfte von ihnen liegt der inhaltliche Schwerpunkt im Bereich Wirtschaft und Finanzen (n=98, 53,3%), gefolgt von Angeboten ohne einen eindeutigen thematischen Schwerpunkt (n=68, 37,0%) wie beispielsweise die internetauftritte von Tageszeitungen. Rund neun Prozent der zentralsten Angebote befassen sich mit dem Thema Politik, Wahlkampf und Parteien (n=16, 8,7%). Jeweils ein Angebot beschäftigt sich überwiegend mit dem Thema Sport oder einem sonstigen Themenschwerpunkt (0,5%).

Über ein Viertel der zentralsten Knoten sind Blogs. Davon sind 42 WiFi-Blogs (22,8%) und zehn andere Themenblogs (5,4%). Daneben handelt es sich bei insgesamt 58 der zentralsten Angebote (31,5%) um Internetableger

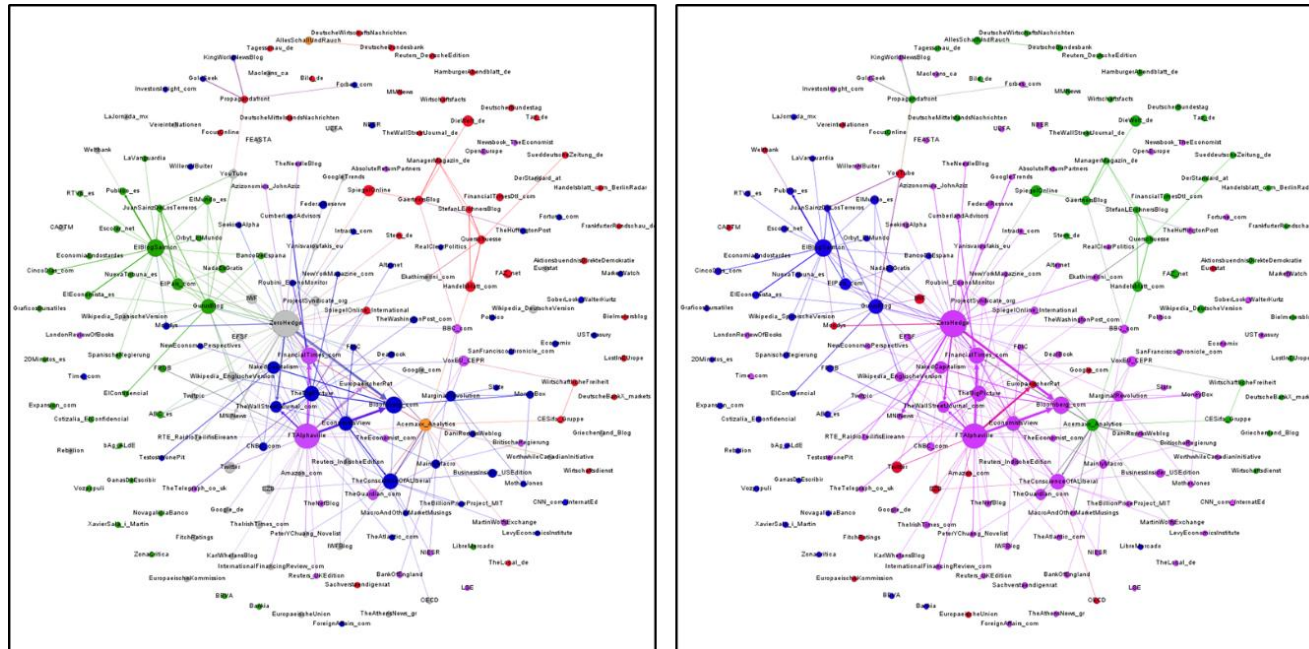
¹⁸² Zur Beschreibung der meistverlinkten Internetangebote siehe Kapitel 8.1.4.

traditioneller Massenmedien. In 32 dieser Fälle (17,4%) ist das ein Internetableger einer Tages- und Wochenzeitung, in 16 Fällen (8,7%) der Ableger einer Zeitschrift, in sechs Fällen (3,3%) ein Ableger eines oder mehrerer Fernsehsender und in vier Fällen (2,2%) ein Ableger einer Nachrichtenagentur. Desweiteren handelt es sich bei 47 der zentralsten Angebote (25,5%) um einfache Websites, bei 22 (12,0%) um Online-Nachrichtengregatoren oder -plattformen und bei drei (1,6%) um eine Online-Enzyklopädie (einzelne Sprachversionen). Jeweils eines der zentralsten Angebote (0,5%) ist eine Videoplattform und ein Microbloggingdienst. Die meisten der zentralsten Angebote sind also entweder Ableger traditioneller Massenmedien oder Blogs.

Sie lassen sich insgesamt zwölf verschiedenen *Nationalitäten* sowie den beiden transnationalen Ebenen zuordnen. Über ein Viertel von ihnen stammen aus den USA (n=51, 27,7%), gefolgt von Deutschland (n=37, 20,1%) und Spanien (n=33, 17,9%). Insgesamt lassen sich 29 der zentralsten Knoten (15,8%) den beiden transnationalen Ebenen zuordnen, wovon 23 international (12,5%) und sechs supranational (3,3%) sind. Aus Großbritannien stammen 18 (9,8%) und aus Griechenland und Irland jeweils vier (2,2%) der prestigeträchtigsten Angebote. Zwei der zentralsten Internetangebote sind schweizerisch (1,1%) und jeweils eines indisch, kanadisch, mexikanisch, österreichisch oder australisch (0,5%). In einem Fall kann die Nationalität des zentralsten Knoten nicht eindeutig bestimmt werden. Auch auf der Linkebene spielen US-amerikanische Knoten eine prestigeträchtige Rolle, obwohl der Schwerpunkt des Blogdiskurses auf der Krise in Spanien und somit in Europa liegt. Die *Sprachraumzugehörigkeit* der Angebote wurde zumindest für die Seed-Blogs unabhängig von ihrer nationalen Zugehörigkeit codiert.¹⁸³ Der Großteil der zentralsten Knoten kann dem englischen Sprachraum zugerechnet werden (n=93, 50,5%), gefolgt von deutschsprachigen prestigeträchtigen Angeboten (n=39, 21,2%). Ähnlich viele zentralste Knoten sind spanischsprachig (n=36, 19,6%). Die restlichen 16 zentralen Knoten (8,7%) sind mehrsprachig.

¹⁸³ Das von dem Sprecher-Netzwerk abweichende Vorgehen erklärt die teilweise unterschiedliche Fallzahlen.

Abb. 10: Netzwerke der zentralsten Internetangebote (links=Nationalität, rechts=Sprachraumzugehörigkeit)



Erstellt mit Gephi 0.9.2. Sortier-Algorithmus: Fruchterman Reingold (mit Label Adjust). Kantenfarbe: Entspricht Linkquelle. Knotenfarbe: Links: Lila=englischsprachig, grün=deutschsprachig, blau=spanischsprachig, orange=anderssprachig, rot=mehrsprachig, grau=nicht eindeutig zuordbar. Rechts: Blau=US-amerikanisch, rot=deutsch, grün=spanisch, lila=britisch, orange=schweizerisch, grau=andere Nationen/nicht zuordbar. Knotengröße: nach Degree (10-50).

Bei den 184 zentralsten Internetangeboten handelt es sich um einen einzigen ausschließlichen Seed-Blog (0,5%), 22 Blogs, die sowohl Seed-Blog als auch Linkziel sind (12,0%) und 161 reine Linkziele (87,5%). Zu den insgesamt 23 *prestigeträchtigen Seed-Blogs* wurden zusätzliche Merkmale erhoben. Von ihnen sind 17 unabhängig (73,9%) und sechs medienintegriert (26,1%). In 16 Fällen (69,6%) sind gar keine transnationalen Blogmerkmale in die Angebote integriert und sieben Angebote (30,4%) weisen ein einziges transnationales Merkmal wie transnationale Nutzerstatistiken, alternative Sprachversionen oder transnationale Rubriken auf. Die zentralsten Seed-Blogs werden im Durchschnitt von 3,65 Bloggern ($SD=5,765$) betrieben. Ihre Postings sind durchschnittlich 4.656,20 Zeichen lang ($SD=2378,731$) und erzielen im Mittel 27,48 Kommentare ($SD=27,430$). Ihre Postinglänge und Kommentarzahl liegt im Mittel somit nur leicht über den Werten für die gesamte Stichprobe. Ihre Beiträge sind überdurchschnittlich meinungsbetont ($MW=1,44^{184}$, $SD=0,475$) und eher in einem gehobenen, nicht umgangssprachlichen Stil verfasst ($MW=0,21^{185}$, $SD=0,255$).

Mithilfe von logistischen Regressionsanalysen kann *der Einfluss verschiedener Angebotsmerkmale auf seine Zugehörigkeit zu den zentralsten 20 Prozent* der Knoten im Link-Netzwerk untersucht werden (Tabelle 24). Im Vordergrund stehen bei der Analyse transkultureller und -nationaler Öffentlichkeit wieder die Sprachraumzugehörigkeit und Nationalität der Internetangebote. Die beiden Eigenschaften korrelieren stark miteinander und wurden für die reinen Linkziele sogar aufeinander aufbauend erhoben. Daher werden sie jeweils in zwei unterschiedlichen Regressionsmodellen untersucht. Zusätzlich zu den transkulturellen und -nationalen Merkmalen wird der Einfluss zweier weiterer öffentlichkeitstheoretisch relevanter Angebotseigenschaften ermittelt, nämlich der inhaltliche Schwerpunkt und die Angebotsform des Internetangebots.

Als kategoriale Variablen mussten die Ausprägungen der vier Einflussfaktoren vereinzelt aggregiert werden, um ausreichende Fallzahlen ($n \geq 25$ je Ausprägungsgruppe) für die Regressionsanalysen zu erhalten.¹⁸⁶ Es werden folglich Angebote ohne einen eindeutigen *thematischen Schwerpunkt*, mit

¹⁸⁴ Die aggregierte Skala reicht von 0=tatsachenbetont bis 2=meinungsbetont.

¹⁸⁵ Die aggregierte Skala reicht von 0=gehobener Stil bis 2=umgangssprachlich

¹⁸⁶ In den Kapiteln 8.1.1 und 8.1.4 wird die Verteilung der Variablen über alle Seed-Blogs und Linkziele hinweg ausführlich beschrieben.

einem wirtschaftlichen oder einem politischen Themenschwerpunkt differenziert. Alle weiteren Inhalte werden zu einer Sammelausprägung „sonstige Inhalte“ zusammengefasst.¹⁸⁷

Hinsichtlich der *Art der Website* werden folgende Angebotsformen unterschieden und zusammengefasst: WiFi-Blogs, andere Themenblogs, Nachrichtenaggregatoren oder -plattformen, einfache Websites, Internetableger von Tages- oder Wochenzeitungen, Internetableger von Zeitschriften, sonstige Internetangebote.¹⁸⁸

Die US-amerikanische, spanische, deutsche und britische *Nationalität* ist ausreichend unter den Internetangeboten vertreten. Wie bereits für das Sprecher-Netzwerk müssen die beiden transnationalen Ebenen zusammengefasst werden. Auch die anderen EU-Nationen und die weiteren Nicht-EU-Mitgliedsländer bilden jeweils eine eigene Sammelkategorie.¹⁸⁹ Für die Einflussvariable der *Sprachraumzugehörigkeit* mussten lediglich die anders- und die mehrsprachigen Fälle zusammengefasst werden.¹⁹⁰

Beide Regressionsmodelle, sowohl das mit der Sprachraumzugehörigkeit (Tabelle 24, Modell 1) als auch das mit der nationalen Zugehörigkeit der Internetangebote (Tabelle 24, Modell 2) sind signifikant. Bei beiden Modellen zeigen jeweils alle drei Einflusskategorien zumindest vereinzelt signifikante Einflüsse (FF3c).

Das *erste Modell* zeigt, dass die *Sprachraumzugehörigkeit* der Angebote nur vereinzelt einen Einfluss darauf hat, ob sie zu den zentralsten 20 Prozent der Knoten gehören. Im Verhältnis zu englischsprachigen Internetangeboten unterscheidet sich lediglich der Einfluss spanischsprachiger Angebote signifikant. Die Wahrscheinlichkeit für spanischsprachige Angebote zu den

¹⁸⁷ Die Internetangebote des Link-Netzwerks verteilen sich folgendermaßen auf die Themenschwerpunkte: 158 Kein eindeutiger thematischer Schwerpunkt (24,3%), 407 wirtschaftlicher Themenschwerpunkt (62,6%), 57 politischer Themenschwerpunkt (8,8%), 26 sonstige Inhalte (4,0%), 2 nicht eindeutig bestimmbar (0,3%).

¹⁸⁸ Die Regressionsanalysen basieren auf 266 WiFi-Blogs (40,8%), 33 anderen Themenblogs (5,1%), 67 Nachrichtenaggregatoren oder -plattformen (10,3%), 163 einfache Websites (25,0%), 58 Online-Ableger von Tages- oder Wochenzeitungen (8,9%), 31 Online-Ableger von Zeitschriften (4,8%), 31 sonstige Internetangebote (4,8%), 3 nicht eindeutig bestimmbar (0,5%).

¹⁸⁹ Insgesamt verteilen sich die Internetangebote des Link-Netzwerks wie folgt über die Nationalitäten: 189 USA (29,0%), 121 Spanien (18,6%), 126 Deutschland (19,3%), 56 Großbritannien (8,6%), 59 transnationale Ebene (9,1%), 35 andere EU-Mitgliedsländer (5,4%), 43 sonstige Nicht-EU-Nationen (6,6%), 23 nicht eindeutig bestimmbar (3,5%).

¹⁹⁰ Die Internetangebote sind in 319 Fällen englisch- (48,9%), in 144 deutsch- (22,1%), in 149 spanisch- (22,9%), in 34 Fällen anders- oder mehrsprachig (5,2%), 4 nicht eindeutig zuordbar (0,6%).

prestigeträchtigen Knoten im Netzwerk zu zählen sinkt im Vergleich um 58 Prozent. Hinsichtlich der restlichen Sprachräume ist die Prestige-Elite des Netzwerks also transkulturell recht ausgeglichen. Besonders vor dem Hintergrund, dass die Spanien-Krise im Zentrum des untersuchten Diskurses steht, ist ihre Benachteiligung unter den potenziellen Diskursführern bedauernd.

Die Hypothese, dass englischsprachige Angebote eher zu den zentralsten Angeboten gehören, als diejenigen der anderen Sprachräume, bestätigt sich nur in Abgrenzung zu den spanischsprachigen Angeboten (*H3.1*). Für die anderen Sprachräume zeigen die z-Tests der Regressionskoeffizienten ebenfalls eine abnehmende Tendenz, die allerdings in dem untersuchten Modell nicht signifikant ist.

Auch die Art des Internetangebots beeinflusst zum Teil seine Zugehörigkeit zu den zentralsten Netzwerkknoten. Im Verhältnis zu WiFi-Blogs gehören andere Themenblogs signifikant seltener dazu. Ihre Wahrscheinlichkeit sinkt im Vergleich um 48 Prozent. Internetableger von Zeitschriften und reine Online-Nachrichtenaggregatoren bzw. -plattformen besitzen dagegen eine signifikant höhere Wahrscheinlichkeit zu den prestigeträchtigen 20 Prozent zu gehören. Die Wahrscheinlichkeit von Internetablegern von Zeitschriften steigt um rund 270 und die von Online-Nachrichtenaggregatoren um rund 219 Prozent gegenüber WiFi-Blogs. Teilweise bestätigt sich also die Hypothese, dass Internetableger traditioneller Medienmarken eher zu den zentralsten Angeboten im Netzwerk gehören (*H3.8*). Zumindest für die Onlineauftritte von Zeitschriften trifft die Aussage im Verhältnis zu WiFi-Blogs zu. Ihr Offline-Prestige setzt sich auch im Internet fort. Daneben spielen aber auch reine Internetangebote eine zentrale Rolle. Auch sie sind eher prestigeträchtige Knoten im Netzwerk als WiFi-Blogs.

Daneben zeigen die verschiedenen inhaltlichen Schwerpunkte der Angebote jeweils einen signifikanten Einfluss auf ihre Zugehörigkeit zu den 20 zentralsten Prozent. Im Verhältnis zu Angeboten ohne einem eindeutigen thematischen Schwerpunkt besitzen Websites, die sich primär mit Wirtschaft und Finanzen, mit Politik oder mit einem sonstigen eindeutigen Inhalt beschäftigen, eine wesentlich höhere Wahrscheinlichkeit zu den prestigeträchtigen Netzwerkknoten zu gehören. Bei Angeboten mit einem wirtschaftlichen Themenschwerpunkt steigt sie um 617 Prozent gegenüber thematisch vielfältigen Angeboten und bei politischen Angeboten sogar um 789 Prozent. Bei der Sammelkategorie „sonstige Inhalte“ steigt die Wahrscheinlichkeit immerhin noch um 391 Prozent.

Tab. 24: Einflussfaktoren auf die Zugehörigkeit der Websites zu den zentralsten Netzwerkknoten (80%-Perzentil, n=1843 bzw. 1833)

Einflussfaktor	Model 0	Modell 1 ¹		Model 0	Modell 2 ²	
		B	OR		B	OR
<i>Sprachraumzugehörigkeit (im Verhältnis zu englischsprachigen Angeboten)</i>						
Deutschsprachig		-0,729	0,483			
Spanischsprachig		-0,869*	0,419*			
...Anders-/mehrsprachig		-0,748	0,473			
<i>Nationalität (im Verhältnis zu US-amerikanischen Internetangeboten)</i>						
Deutschland				0,740		2,096
Spanien				0,632		1,882
Großbritannien				0,698		2,009
Transnational				0,929		2,533
...Andere EU-Mitgliedsländer				-		0,606*
...Sonstige Nicht-EU-Nationen				0,501***		
1,691				5,425		
<i>Website Art (im Verhältnis zu Wirtschafts- und Finanzblogs)</i>						
Anderer Themenblog		-0,651*	0,521*	-0,519		0,595
Sonstige Arten von Internetangeboten		0,574	1,776	0,528		1,696

Internetableger einer Tages-/Wochenzeitung	0,854	2,348	0,841	2,319
Internetableger einer Zeitschrift	1,307***	3,696*	1,641***	5,160*
Nachrichtenaggregator/-plattform	1,161**	3,194*	1,111*	3,038*
Sonstiges Internetangebot	0,244	1,276	0,211	1,235
<i>Website Inhalt (im Verhältnis zu Websites ohne eindeutigem thematischen Schwerpunkt)</i>				
Wirtschaft und Finanzen	1,970*	7,174*	1,965*	7,134*
Politik/Wahlkampf/Parteien	2,185**	8,893*	2,234**	9,335*
...Sonstige Inhalte	1,590*	4,906*	1,683*	5,379*
Konstante	-2,197**	0,111	-	0,024
			3,717***	
N		597 ³		585 ³
Nagelkerke's R ²		0,135		0,163
Korrekte Klassifizierungen	69,0	70,7	68,5	73,0

*p≤0,05; **p≤0,01; ***p≤0,001. ¹Chi²=60,235, df=12, p =0,000. ²Chi²=72,166, df=15, p =0,000. ³Die unterschiedlichen Werte kommen durch voneinander unabhängige Codierungen der kulturellen und nationalen Zugehörigkeit zustande.

Die Hypothese, dass Websites mit einem wirtschaftlichen Themenschwerpunkt eher zu den zentralsten Knoten im Netzwerk gehören (*H3.7*), bestätigt sich somit auch nur teilweise. Im Vergleich zu thematisch vielfältigen Angeboten bestätigt sich die Aussage zwar, aber politische Angebote zeigen im Verhältnis eine noch größere Wahrscheinlichkeit zu den zentralsten Knoten zu gehören.

Das *zweite Regressionsmodell*, mit der *Nationalität* der Angebote als Einflussfaktor anstelle ihrer Sprachraumzugehörigkeit, zeigt ebenfalls viele verschiedene signifikante Einflussfaktoren. Die nationale Zugehörigkeit scheint im Gegensatz zu der Sprachraumzugehörigkeit keinen so eindeutigen, signifikanten Einfluss auf das Prestige eines Angebots auszuüben. Nur die Tatsache, ob ein Angebot zu der Sammelkategorie der sonstigen, nicht zuvor separat erfassten EU-Nationen gehört, hat einen signifikant negativen Einfluss auf seine Zugehörigkeit zu den zentralsten 20 Prozent. Für diese Angebote sinkt die Wahrscheinlichkeit im Verhältnis zu US-amerikanischen Websites um 39 Prozent. Einmal abgesehen von der US-amerikanischen Dominanz, ist es nur logisch, dass diese Außenseiter-Länder etwas weniger Beachtung finden, zumal der Fokus des Diskurses im Untersuchungszeitraum auf Spanien und den großen Ländern der EU liegt.

Insgesamt erweisen sich die zentralsten Knoten des Link-Netzwerks als transnational recht ausgeglichen. Die Hypothese, dass US-amerikanische Internetangebote eher zu den zentralsten Angeboten im Netzwerk gehören (*H3.3*), bestätigt sich folglich nur in Abgrenzung zu den Angeboten aus Nicht-EU-Nationen.

In Bezug auf die Art der Website besitzen wie bei dem vorigen Modell die Internetableger von Zeitschriften und die reinen Online-Nachrichtengregatoren bzw. -plattformen einen signifikant positiven Einfluss im Verhältnis zu den WiFi-Blogs. Bei ersteren liegt die Wahrscheinlichkeit um 416 Prozent und bei zweiteren um 204 Prozent höher, zu den prestigeträchtigsten 20 Prozent der Netzwerkknoten zu gehören. Wie bei dem ersten Regressionsmodell bestätigt sich die Hypothese *H3.8* somit nur teilweise. Neben Ablegern traditioneller Massenmedien spielen durchaus auch reine Internetangebote eine zentrale Rolle in dem Diskurs.

Ebenfalls wie bei dem ersten Modell zeigen die verschiedenen inhaltlichen Schwerpunkte der Websites einen signifikanten Einfluss auf ihre Zugehörigkeit zu den zentralsten Knoten. Im Verhältnis zu Angeboten mit vielfältigen Inhalten besitzen wirtschaftliche Internetangebote eine um 613 Prozent, politische Angebote eine um 834 Prozent und Angebote mit anderen eindeutigen Themenschwerpunkten eine um 438 Prozent höhere

Wahrscheinlichkeit zu den zentralsten Knoten zu gehören. Websites mit einer eindeutigen und eher einseitigen inhaltlichen Ausrichtung nehmen also eher prestigeträchtige Positionen in dem Link-Netzwerk ein als inhaltlich vielfältige Angebote. Das muss aus öffentlichkeitstheoretischer Perspektive nicht problematisch sein, sofern es sich jeweils um Websites mit unterschiedlichem eindeutigem inhaltlichem Schwerpunkt handelt. In dem untersuchten Blogdiskurs zur GWFK werden insbesondere politische und wirtschaftliche Angebote intensiv verlinkt. Die Hypothese, dass Websites mit einem wirtschaftlichen Themenschwerpunkt eher zu den zentralsten Netzwerkknoten zählen (H3.7), bestätigt sich folglich, aber nur im Verhältnis zu Angeboten mit einem vielfältigen Themenfokus. Allerdings ist die Wahrscheinlichkeit für politische Internetangebote noch etwas größer.

Die Effektstärke der beiden Modelle bestätigt ihre hohe Aussagekraft. Die Werte für beide Modelle entsprechen jeweils einem starken Effekt, wobei der Effekt für das Modell mit der Nationalität als Einflussfaktor ($f=0,44$) noch etwas stärker ist als für das Modell mit der Sprachraumzugehörigkeit ($f=0,40$). Im Gegensatz zu dem Sprecher-Netzwerk, wird die Zugehörigkeit der Websites zu den zentralsten Internetangeboten des Link-Netzwerks gut durch die ausgewählten Einflussfaktoren erklärt. Insgesamt scheint die Sprachraumzugehörigkeit der Angebote vereinzelt einen leichten und die Nationalität der Websites keinen reellen Einfluss darauf auszuüben, ob ein Internetangebot eine besonders prestigeträchtige Rolle in dem Netzwerk bekleidet. Andere Faktoren wie die Angebotsform und der inhaltliche Schwerpunkt scheinen diesbezüglich relevanter zu sein. Aus Sicht der transkulturellen und -nationalen Öffentlichkeitsforschung ist diese fehlende Präferenz in Bezug auf die Diskurselite zu begrüßen.

8.4.2.2. Link-Netzwerk: Cutpoints

Analog zu dem Vorgehen bei dem Sprecher-Netzwerk werden zusätzlich zu den zentralsten Websites auch die Cutpoint-Angebote in dem Link-Netzwerk bestimmt. Hiermit wird ein bereits lange im Raum stehendes Forschungsdesiderat verfolgt (Zuckerman 2008: 63-64). Im Gegensatz zu den zentralsten und somit prestigeträchtigsten Internetangeboten handelt es sich bei den Cutpoints um Websites mit besonderer Maklermacht im Netzwerk, da sie die verschiedenen Netzwerkeile zusammenhalten. Auf diese Weise spielen sie eine entscheidende Rolle für die Integration öffentlicher Diskurse (Kapitel 8.4.1.2).

In diesem Kapitel werden demnach *die Cutpoint-Angebote des transkulturellen und -nationalen Link-Netzwerks* ermittelt (FF3d) und der Einfluss bestimmter Merkmale auf ihre besondere Stellung im Netzwerk untersucht (FF3e). Auch wenn ihre Stellung und ihre Funktion im Netzwerk eine andere ist als die der zentralsten Akteure, so ist aus öffentlichkeitstheoretischer Sicht bei den Cutpoint-Positionen ebenfalls wünschenswert, dass sie von möglichst unterschiedlichen Akteuren bzw. Angeboten bekleidet werden. Vor dem Hintergrund der transkulturellen und transnationalen Öffentlichkeitsforschung sollten sie insbesondere im Hinblick auf ihre kulturelle und nationale Zugehörigkeit eine gewisse Vielfalt widerspiegeln. Eine Cutpoint-Position in dem Link-Netzwerk sollte folglich nicht von der Sprachraumzugehörigkeit oder der Nationalität eines Internetangebots beeinflusst werden. In Bezug auf das Link-Netzwerk wird analog zu der Vorgehensweise bei dem Sprecher-Netzwerk verfahren (Kapitel 8.4.1.2).

Das Link-Netzwerk enthält insgesamt 118 Cutpoints (FF3d).¹⁹¹ Von ihnen besitzen 104 Angebote (88,1%) einen wirtschaftlichen *Themenschwerpunkt* und nur 14 Cutpoints (11,9%) einen alternativen thematischen Fokus. Das Link-Netzwerk ist also inhaltlich recht einseitig aufgestellt. Auch hinsichtlich der *Art des Internetangebots* zeigt sich ein klareres Bild als bei den zentralsten Angeboten. Bei 96 Cutpoints (81,4%) handelt es sich um WiFi-Blogs und bei 11 Cutpoints (9,3%) um Internetableger von Tages- oder Wochenzeitungen. Vier Fälle (3,4%) sind sonstige Internetangebote. Je ein Angebot (0,8%) ist ein alternativer Themenblog, ein Internetableger einer Nachrichtenagentur, ein Internetableger einer Zeitschrift, ein Nachrichtenaggregator, eine Videoplattform, ein Microbloggingdienst und eine Online-Enzyklopädie. Das Netzwerk wird also wenig überraschend überwiegend von den WiFi-Blogs zusammengehalten. Unter den Internetablegern traditioneller Massenmedien spielen vor allem diejenigen der Tages- und Wochenzeitungen eine integrierende Rolle.

¹⁹¹ Es gibt eine Schnittmenge (n=37) zwischen zentralsten Knoten und Cutpoints in dem Link-Netzwerk. Sie besitzen gleichzeitig ein hohes Prestige und Maklermacht. Dazu gehören die folgenden Angebote: ABC.es, Acemaxx-Analytics, Aktionsbündnis Direkte Demokratie, Alles Schall und Rauch, Bloomberg.com, DerStandard.at, DieWelt.de, Economist's View, El Blog Salmon, ElMundo.es, ElPais.com, Expansion.com, EZB, Federal Reserve, FTAlphaville, Gaertner's Blog - Die Wirtschaft vom Pazifik aus., Gurus Blog, Handelsblatt.com, Marginal Revolution, Martin Wolf's Exchange, Money Box, Naked Capitalism, OECD, Project-Syndicate.org, Propagandafront, Publico.es, Spiegel Online, The Big Picture, The Conscience of a liberal, TheGuardian.com, TheNewYorkTimes.com, TheWallStreetJournal.com, Twitter, die Wikipedia (Deutsche Version), Xavier Salai-Martin, YouTube, Zero Hedge.

Die Cutpoints lassen sich neun verschiedenen *Nationen* und den beiden transnationalen Ebenen zuordnen (Abbildung 15). Der Großteil von ihnen stammt aus den USA (n=39, 33,1%), gefolgt von deutschen (n=24, 20,3%) und spanischen Angeboten (n=20, 16,9%). Die viertgrößte Cutpoint-Gruppe stellen die britischen Internetangebote (n=13, 11,0%). Sieben Cutpoints (5,9%) lassen sich der internationalen und eins (0,8%) der supranationalen Ebene zuordnen. Vier Cutpoints (3,4%) stammen aus der Schweiz und zwei (1,7%) aus Österreich. Je ein Cutpoint-Angebot (0,8%) ist irisch, kanadisch und paraguayisch. Für fünf der Cutpoints (4,2%) konnte die nationale Zugehörigkeit nicht eindeutig bestimmt werden. Wie bereits bei den zentralsten Positionen, dominieren US-amerikanische Angebote auch die Cutpoint-Positionen in dem Link-Netzwerk, obwohl der Diskursschwerpunkt eigentlich in Europa liegt.

Die *Sprachraumzugehörigkeit* der Seed-Blogs wurde unabhängig von ihrer Nationalität codiert, hängt aber eng mit ihr zusammen. Demnach ist der überwiegende Teil der Cutpoints englischsprachig (n=57, 48,3%), gefolgt von Angeboten in deutscher Sprache (n=33, 28,0%). Rund ein Fünftel der Cutpoints sind spanischsprachig (n=24, 20,3%). Vier Cutpoints (3,4%) sind mehrsprachig. Die Maklerpositionen in dem Link-Netzwerk sind also fast zur Hälfte von englischsprachigen Angeboten besetzt.

Von den 118 Cutpoint-Angeboten stammen 63 (53,4%) aus der Ursprungs-Stichprobe und 32 (27,1%) sind sowohl Seed-Blog als auch Linkziel. Bei 23 Cutpoints (19,5%) handelt es sich ausschließlich um Linkziele. Wenig überraschend, und vermutlich zu großen Teilen dem methodischen Vorgehen geschuldet, sind die Cutpoints im Gegensatz zu den zentralsten Angeboten überwiegend Seed-Blogs und nicht Linkziele. Zu den insgesamt 95 (79,8%) Cutpoints aus der Ursprungs-Stichprobe wurden weitere Eigenschaften codiert..

Von diesen *Seed-Cutpoints* sind, ähnlich wie bei den zentralsten Angeboten, lediglich 18 medienintegriert (18,9%) und 77 (81,1%) sind dagegen unabhängige Blogs. Über die Hälfte von ihnen (n=57, 60%), haben keinerlei transnationale Merkmale wie alternative Sprachversionen, transnationale Nutzerstatistiken oder Kategorien in ihr Angebot integriert. Etwas mehr als ein Drittel weisen eines dieser Merkmale auf (n=34, 35,8%) und nur drei Angebote (3,2%) binden sogar zwei dieser Merkmale in ihre Plattform ein. Für einen Seed-Cutpoint (1,1%) konnte diese Variable nicht codiert werden. Die transnationalen Merkmale sind also unter den Cutpoint-Angeboten ebenfalls ähnlich verteilt, wie bereits bei den prestigeträchtigsten Websites.

Die Cutpoint-Blogs werden durchschnittlich von 4,90 Bloggern (SD=19,513) betrieben und ihre Postings sind im Mittel 4.834,25 Zeichen lang (SD=3999,276). Ihre Beiträge werden im Durchschnitt 21,22 Mal kommentiert (SD=58,272). Die Anzahl ihrer Blogbetreiber liegt somit etwas über derjenigen der zentralsten Knoten im Link-Netzwerk und der gesamten Seed-Blogs (Kapitel 8.1.1). Die durchschnittliche Beitragslänge ist ebenfalls etwas länger, als für die zentralsten Angebote und die Seed-Blogs allgemein. Kommentiert werden ihre Postings dagegen im Durchschnitt etwas seltener als die Seed-Blogs allgemein und noch weniger als die prestigeträchtigsten 20 Prozent der Websites im Netzwerk. Insgesamt sind die Beiträge der Seed-Cutpoints eher meinungsbetont (MW=1,32¹⁹², SD=0,582), wenn auch etwas geringer als die zentralsten Angebote und überwiegend in einem gehobenen, nicht umgangssprachlichen Stil geschrieben (MW=0,19¹⁹³, SD=0,298). Stilistisch unterscheiden sie sich kaum von den zentralsten Netzwerkknoten.

Auch auf die Cutpoint-Positionen in dem Link-Netzwerk wird der *Einfluss verschiedener Angebotsmerkmale* mittels logistischer Regressionen geprüft (Tabelle 25). Primär sind vor dem Hintergrund der Analyse transkultureller und -nationaler Öffentlichkeit wieder der Einfluss der Sprachraum- und der nationalen Zugehörigkeit der Angebote auf ihre herausragende Position von Interesse. Auch wenn diese beiden Merkmale für die Knoten des Link-Netzwerks teilweise unabhängig voneinander erhoben wurden, korrelieren sie doch stark miteinander. Aus diesem Grund erfolgt die Analyse mithilfe zweier separater Modelle. Zusätzlich werden wieder zwei alternative Faktoren einbezogen, nämlich der inhaltliche Themenschwerpunkt und die Art des Angebots. Durch diese beiden Merkmale können weitere Aussagen zur Vielfalt des Diskurses getätigt werden. Alle vier der potenziellen Einflussfaktoren sind kategorial, sodass ihre Ausprägungen teilweise aggregiert werden mussten um ausreichende Fallzahlen gewährleisten zu können (Kapitel 8.4.2.1). Hinsichtlich des Themenschwerpunktes der Angebote musste im Vergleich zu der Analyse der zentralsten Angebote weiterführend aggregiert werden. Da die Cutpoints andernfalls nicht alle Ausprägungen abdecken, wurde der Themenschwerpunkt der Angebote binarisiert. Unterschieden wurden somit nur noch Angebote mit einem wirtschaftlichen und einem nicht-wirtschaftlichen Fokus.

Beide Regressionmodelle, sowohl das mit der Sprachraumzugehörigkeit (Tabelle 25, Modell 1) als auch mit der Nationalität als Einflussfaktor (Tabelle 25, Modell 2), erweisen sich als signifikant. Über die verschiedenen

¹⁹² Die aggregierte Skala reicht von 0=tatsachenbetont bis 2=meinungsbetont.

¹⁹³ Die aggregierte Skala reicht von 0=gehobener Stil bis 2=umgangssprachlich

Einflussvariablen hinweg zeigen sich in beiden Modellen verschiedene Einflussfaktoren (FF3e). Das *erste Regressionsmodell* verdeutlicht, dass die *Sprachraumzugehörigkeit* einen recht großen Einfluss auf die Zugehörigkeit eines Angebots zu den Cutpoints hat. Im Verhältnis zu englischsprachigen Angeboten haben deutsch- und anders- oder mehrsprachige Angebote eine geringere Wahrscheinlichkeit zu den Informationsmaklern im Link-Netzwerk zu gehören. Für deutschsprachige Angebote sinkt die relative Wahrscheinlichkeit im Vergleich zu den englischsprachigen Websites um 82,6 und für anders- oder mehrsprachige Angebote um 83 Prozent. Für spanischsprachige Angebote zeigt sich kein signifikanter Effekt. Die Hypothese, dass englischsprachige Angebote eher zu den Cutpoints im Netzwerk gehören (H3.2), bestätigt sich folglich nur für die deutsch- und anders- oder mehrsprachigen, nicht aber für die spanischsprachigen Internetangebote.

Bei den verschiedenen *Angebotsformen* erweist sich der Einfluss von anderen Themenblogs und Internetableger von Tages- und Wochenzeitungen sowie Zeitschriften jeweils als signifikant. Im Verhältnis zu WiFi-Blogs besitzen diese Angebote eine wesentlich höhere relative Wahrscheinlichkeit zu den Cutpoints zu gehören (Andere Themenblogs: +3356,7%, Internetableger von Tages-/Wochenzeitungen: +1280,4%, Internetableger von Zeitschriften +2262,6%). Hier zeigt sich die besondere Maklerrolle, die Internetangebote von Printmedien in dem Link-Netzwerk wahrnehmen.

Auch der inhaltliche *Themenschwerpunkt* hat einen signifikanten positiven Effekt. Nicht-wirtschaftliche Angebote besitzen eine 212 Prozent höhere Wahrscheinlichkeit zu den Cutpoints zu gehören, als ausschließlich wirtschaftliche Angebote. Hierfür sind vor allem auch die Internetableger von Printmedien verantwortlich, für die kein eindeutiger Themenschwerpunkt codiert wurde. Sie verbinden offenbar häufig die verschiedenen Komponenten des Link-Netzwerks.

Das *zweite Regressionsmodell* zeigt, dass die *Nationalität* der Angebote keinen der Sprachraumzugehörigkeit vergleichbaren Einfluss besitzt. Einzig die Sammelkategorie der Nicht-EU-Länder erweist sich gegenüber den US-amerikanischen Angeboten als signifikant. Angebote aus diesen restlichen Ländern haben eine um 1.353 Prozent höhere Wahrscheinlichkeit zu den Cutpoints zu gehören. Da es sich aber um eine Sammelkategorie von Angeboten einzelner, unterschiedlicher Länder handelt, ist dieser Effekt nur schwer sinnvoll zu interpretieren. Im Großen und Ganzen bestätigt sich somit die Hypothese nicht, dass US-amerikanische Websites eher Cutpoints in dem Link-Netzwerk sind (H3.4). Zusätzlich zeigen wenig überraschend die gleichen Angebotsformen wie beim ersten Modell einen signifikanten Einfluss.

Tab. 25: Einflussfaktoren auf die Cutpoint-Position der Websites (n=118³ bzw. 113³)

Einflussfaktor	Model 0	Modell 1 ¹		Model 0	Modell 2 ²	
		B	OR		B	OR
<i>Sprachraumzugehörigkeit (im Verhältnis zu englischsprachigen Angeboten)</i>						
Deutschsprachig		-1,749*	0,174*			
Spanischsprachig		-1,320	0,267			
...Anders-/mehrsprachig		-1,775*	0,169*			
<i>Nationalität (im Verhältnis zu US-amerikanischen Internetangeboten)</i>						
Deutschland				0,839	2,313	
Spanien				0,972	2,642	
Großbritannien				1,035	2,816	
Transnational				0,899	2,458	
...Andere EU-Mitgliedsländer				0,328	1,389	
...Sonstige Nicht-EU-Nationen				2,676**	14,531*	
<i>Website Art (im Verhältnis zu Wirtschafts- und Finanzblogs)</i>						
Anderer Themenblog		3,543***	34,567*	3,674***	39,398*	

Sonstige Arten von Internetangeboten	1,396	4,037	1,393	4,026
Internetableger einer Tages-/Wochenzeitung	2,625**	13,804*	2,288**	9,851*
Internetableger einer Zeitschrift	3,162***	23,626*	3,521***	33,835*
Nachrichtenaggregator/-plattform	0,896	2,450	0,423	1,526
Sonstiges Internetangebot	-0,138	0,871	-0,310	0,734
<i>Website Inhalt (im Verhältnis zu Websites mit wirtschaftlichem Themenschwerpunkt)</i>				
Nicht-wirtschaftlicher Themenschwerpunkt	1,138*	3,121*	1,081*	2,947*
Konstante	-	0,039	-	0,003
	3,245***		5,854***	
N		597 ³		585 ³
Nagelkerke's R ²		0,375		0,391
Korrekte Klassifizierungen	80,1	80,7	80,5	80,7

*p≤0,05; **p≤0,01; ***p≤0,001. ¹Chi²=161,168, df=10, p =0,000. ²Chi²=164,544, df=13, p =0,000. ³Die unterschiedlichen Werte kommen durch voneinander unabhängige Codierungen der kulturellen und nationalen Zugehörigkeit zustande.

Andere Themenblogs (+3839,8%) und Internetableger von Tages- und Wochenzeitungen (+885,1%) sowie Zeitschriften (+3283,5%) besitzen im Verhältnis zu WiFi-Blogs eine wesentlich höhere Wahrscheinlichkeit zu den Cutpoints im Netzwerk zu gehören. Das zweite Modell bestätigt folglich die Maklermacht der Internetableger traditioneller Printmedien. Darüber hinaus ist die Wahrscheinlichkeit für nicht-wirtschaftliche Angebote zu den Cutpoints zu gehören gegenüber rein wirtschaftlichen Websites um 195 Prozent gesteigert. Wie bereits bei dem ersten Modell liegt das insbesondere an der Cutpoint-Dominanz der inhaltlich vielfältigen Internetableger traditioneller Printmedien.

Das Link-Netzwerk zeigt insgesamt also eindeutig kulturelle, aber weniger nationale Präferenzen hinsichtlich seiner Cutpoints. Die Integration des Blogdiskurses auf Linkebene wird also nicht so sehr von der nationalen Zugehörigkeit der Angebote geprägt, sondern vielmehr von ihrer Sprachraumzugehörigkeit. Hinsichtlich dieser herausragenden Positionen ist das Link-Netzwerk folglich transnational, aber weniger transkulturell.

Beide Modelle besitzen eine hohe Erklärungskraft. Wie bereits bei den zentralsten Knoten des Link-Netzwerks, liegt auch die Effektstärke der beiden Cutpoint-Modelle im Bereich starker Effekte. Das Modell mit der Nationalität als Einflussfaktor besitzt dabei wieder ein etwas höhere Effektstärke ($f=0,80$), als dasjenige mit der Sprachraumzugehörigkeit ($f=0,78$). Die Zugehörigkeit der Angebote zu den Cutpoints wird also in beiden Fällen sehr gut durch die ausgewählten Einflussvariablen erklärt. Im Überblick über die verschiedenen Faktoren scheinen die Einflüsse der beiden alternativen Variablen aber wesentlich relevanter für die Erklärung der herausragenden Position zu sein, als die kulturelle und nationale Variable. Vor dem Hintergrund allgemeiner öffentlichkeitstheoretischer Vielfaltsansprüche sind diese Präferenzen nicht unbedenklich. Aber zumindest erweisen sich die Maklerpositionen im Netzwerk als transnational recht gleichmäßig verteilt.

Die Beschreibung der Cutpoints und die Regressionsanalyse weisen darauf hin, dass es *zwei Gruppen von Cutpoints* gibt, die es Wert sind, noch einmal separat betrachtet zu werden.¹⁹⁴ Zum einen sind das die Cutpoint-Angebote, die sich aus der ursprünglichen Blogstichprobe rekrutieren (*Seed-Cutpoints*, $n=95$, 80,5%), und zum anderen die Cutpoints, die dadurch entscheidende Schnittstellen in dem Link-Netzwerk einnehmen,

¹⁹⁴ Die Zitationsbeziehungen des Sprecher-Netzwerks sind, im Gegensatz zu den Linkbeziehungen, für die Zitierten wesentlich schwieriger wahrzunehmen und zurückzuverfolgen, daher macht die Unterscheidung zwischen zwei verschiedenen Cutpoint-Arten nur für das Link-Netzwerk Sinn.

dass auf sie von verschiedenen Angeboten verlinkt wurden (n=23, 19,5%). Im Rahmen dieser Studie werden sie als *Cutpoints erster und zweiter Ordnung* bezeichnet. Bei den Cutpoints zweiter Ordnung handelt es sich überwiegend um Internetableger traditioneller Massenmedien, die in diesen Fällen die Rolle von Informationsverstärkern spielen (Rauchfleisch/Kovic 2016: 4).¹⁹⁵ Die Blogs der Seed-Stichprobe wurden bereits ausführlich beschrieben (Kapitel 8.1.1) und die Cutpoints erster Ordnung bilden daraus einen normalen Querschnitt.

Interessant sind aber besonders *die Cutpoints zweiter Ordnung*. Sie verteilen sich sehr gleichmäßig auf die verschiedenen Sprachräume. Sieben (30,4%) Cutpoints zweiter Ordnung sind englisch-, je sechs (26,1%) deutsch- und spanischsprachig und vier (17,4%) mehrsprachig. Sie stammen überwiegend aus Spanien (n=6, 26,1%) und etwas seltener aus den USA (n=5, 21,7%) und Deutschland (n=4, 17,4%). Jeweils ein Cutpoint (4,3%) zweiter Ordnung ist österreichisch und britisch. Fünf Cutpoints (21,7%) zweiter Ordnung sind inter- und eines (4,3%) supranational.

Insgesamt besitzen 14 (60,9%) der verlinkten Cutpoints keinen eindeutigen thematischen Schwerpunkt und neun (39,1%) haben einen wirtschaftlichen Themenfokus. Die Hälfte dieser Cutpoints (n=11) sind *Internetableger von Tages- oder Wochenzeitungen*. Weitere zwei Cutpoints (je n=1, 4,3%) sind Internetableger von einer Zeitschrift und einer Nachrichtenagentur. Insbesondere die Internetauftritte traditioneller Massenmedien integrieren folglich den Blogdiskurs zur GWFK auf der Linkebene, darunter einschlägige Marken wie die The New York Times, das Wall Street Journal, The Guardian, El Pais oder Die Welt.

Bei je einem Cutpoint handelt es sich um einen WiFi-Blog und einen anderen Themenblog. Die restlichen acht Cutpoints zweiter Ordnung verteilen sich auf verschiedene weitere internetgenuine Angebotsformen.

Die Regressionsanalysen wurden für die beiden Cutpointarten noch einmal getrennt berechnet. Dabei zeigen sich für die Cutpoints erster Ordnung weder in dem Sprachraum- noch in dem Nationalitäten-Modell signifikante Effekte. Nur die beiden Modelle für die Cutpoints zweiter Ordnung weisen die oben beschriebenen Einflüsse auf. Die Sprachraumzugehörigkeit hat

¹⁹⁵ Die Cutpoints zweiter Ordnung sind folgende Angebote, darunter einige der einflussreichsten Wirtschaftsmedien (Starkman 2015: 7): ABC.es, Aktionsbündnis Direkte Demokratie, Bloomberg.com, DerStandard.at, DieWelt.de, EconoMonitor (Nouriel Roubini), ElMundo.es, ElPais.com, Expansion.com, EZB, Federal Reserve, Handelsblatt.com, OECD, Project-Syndicate.org, Publico.es, Spiegel Online, TheGuardian.com, TheNewYorkTimes.com, TheWallStreetJournal.com, Twitter, FrankfurterAllgemeineZeitung.net, die Wikipedia (deutsche Version), Xavier Sala-i-Martin, YouTube.

also vereinzelt auf die Cutpoints zweiter Ordnung einen Einfluss. Deutschsprachige Angebote haben im Vergleich zu englischsprachigen Angeboten eine geringere Wahrscheinlichkeit dazuzuzählen. Die nationale Zugehörigkeit spielt dagegen eine untergeordnete Rolle. Neben dem transkulturellen und dem transnationalen Faktor erweisen sich die Angebotsformen der Internetableger von Printmedien als signifikant. Derartige Websites besitzen im Verhältnis zu WiFi-Blogs eine höhere Wahrscheinlichkeit ein Cutpoint zweiter Ordnung zu sein. Aus Sicht der transkulturellen und -nationalen Öffentlichkeitstheorie ist somit lediglich die geringe Maklermacht deutschsprachiger Angebote zu beanstanden.

8.4.3 Zusammenfassung: Transnationale bzw. transkulturelle Vernetzung

Das Kapitel 8.4 und die dazugehörigen Unterkapitel befassen sich im Hinblick auf den dritten Forschungsfragenblock mit der transkulturellen und -nationalen Vernetzung der beiden Gesamtnetzwerke auf der Sprecher- und auf der Linkebene. Die *Integration des Blogdiskurses zur GWFK* wird dabei insbesondere *anhand der Sozialintegration* herausragender Akteure und Angebote untersucht. Überprüft wird primär der potenzielle Einfluss der Sprachraum- und nationalen Zugehörigkeit auf eine besondere Position in den Netzwerken. Zusätzlich werden als Vergleichsfolie noch zwei alternative Merkmale je Netzwerk in die Analyse aufgenommen.

Im Rahmen des dritten Forschungsfragenblocks (III) soll sich die Beurteilung der Vielfalt des ausgewählten Blogdiskurses in Ergänzung zu den beiden vorigen Fragenblöcken auf entscheidende *Akteure und Angebote* konzentrieren, die durch ihre *herausragende Netzwerkposition* besondere Funktionen in dem Diskurs erfüllen. Im Rahmen dieser Studie werden zwei unterschiedliche dieser herausragenden Positionen exemplarisch untersucht, die *für die Diskurs-Integration besonders relevant* sind. Zum einen sind das *die zentralsten, prestigeträchtigsten Akteure und Angebote* der Netzwerke auf der Basis der eingehenden Beziehungen (Indegree) und zum anderen die Cutpoints in den beiden Netzwerken, also *die Brücken zwischen verschiedenen Netzwerkteilen*. Erstere Akteure und Angebote akkumulieren in großem Maß Aufmerksamkeit, während letztere Informationen zwischen ansonsten unverbundenen Gruppen vermitteln. Vor dem Hintergrund transkultureller und -nationaler Öffentlichkeitstheorie wäre es wünschenswert, dass diese beiden wichtigen Netzwerkpositionen von kulturell und national möglichst diversen Akteuren und Angeboten eingenommen werden, sodass der Diskurs nicht einseitig geprägt wird. In Kombination mit dem

deliberativen Ansatz von Öffentlichkeit ist auch Vielfalt bezüglich der anderen Merkmale erwünscht.

Wie bereits im Kontext des zweiten Forschungsfragenblocks werden *kulturelle und nationale Merkmale* unterschieden, um den Forschungsdesideraten in der transnationalen Öffentlichkeitsforschung allgemein und insbesondere in der Internetforschung zu begegnen, über ein ausschließlich nationenbasiertes Untersuchungsdesign hinauszugehen. Dadurch können die Einflüsse verschiedener Strukturierungsmerkmale einander gegenübergestellt und miteinander verglichen werden.

Außerdem werden auch im Rahmen des dritten Forschungsfragenblocks *zwei Netzwerkebenen* betrachtet. Einerseits wird das partielle Gesamtnetzwerk auf der Basis der *Zitationsbeziehungen* untersucht und andererseits das Gesamtnetzwerk auf der Grundlage der *Linkbeziehungen*. Das Sprecher-Netzwerk besteht zwischen Blogbetreibern und den von ihnen zitierten Sprechern. Das Link-Netzwerk hingegen umfasst die Verbindungen zwischen den Seed-Blogs und den von ihnen verlinkten Internetangeboten. Die Ergebnisdarstellung in diesem Kapitel konzentriert sich auf den Vergleich der Ergebnisse zwischen diesen beiden Netzwerkebenen. Durch dieses Vorgehen kann die transkulturelle und -nationale Öffentlichkeitsforschung zu traditionellen Massenmedien mit derjenigen zum Internet verknüpft werden. Verhält sich das Internet im Kontext klassischer Verweisformen wie den zitierten Sprechern transkultureller oder -nationaler, oder im Kontext internetspezifischer Verweisformen wie Links?

Zunächst wird die transkulturelle und -nationale Vernetzung der beiden Netzwerke beschrieben (FF3a). Die beiden Netzwerke basieren jeweils nur auf denjenigen Seed-Blogs die überhaupt Sprecher zitieren oder andere Websites verlinken. Insgesamt besteht das Sprecher-Netzwerk aus 973 Knoten und 1.553 Kanten gegenüber dem ungefähr ein Drittel kleineren Link-Netzwerk mit 601 Knoten und 996 Kanten. Die *Größen*(-unterschiede) müssen bei der Beurteilung der davon abhängigen Gesamtnetzwerkmaße berücksichtigt werden.

Gesamtnetzwerkmaße: Vergleich der beiden Vernetzungsebenen

Während das Netzwerk auf der Sprecherebene keine reziproken Beziehungen enthält, liegt die *dyadische Reziprozität* des Netzwerks auf der Linkebene bei 0,001. Das bedeutet, dass 46 der verlinkenden Seed-Angebote auch selbst Ziel von den Verlinkungen anderer Angebote wurden.

In dem Sprecher-Netzwerk sind 0,2 Prozent der Knotenpaare *verbunden* (*Connectedness*), während es in dem kleineren Link-Netzwerk 1,5 Prozent

sind. Auch wenn Verbindungen in einem kleineren Netzwerk wahrscheinlicher sind, deutet der deutlich höhere Prozentsatz auf ein etwas dichter geknüpftes Link-Netzwerk hin. Die *Dichtewerte* verhalten sich gemäß der Netzwerkgröße. Für das Sprecher-Netzwerk beträgt der Wert 0,002 und für das Link-Netzwerk 0,003. Insgesamt handelt es sich also in beiden Fällen eher um locker geknüpfte Netzwerke.

Der *Diameter* ist auf der Linkebene doppelt so lang wie auf der Sprecherebene. Das heißt, die Informationsvermittlung in dem Sprecher-Netzwerk ist weniger störungsanfällig, als in dem Link-Netzwerk. Der *Clustering-Koeffizient*, der Auskunft über die Verteilung der Vernetzung über das gesamte Netzwerk hinweg gibt, liegt in beiden Fällen nahe Null, allerdings für das Sprecher-Netzwerk noch etwas stärker (0,016), als für das kleinere Link-Netzwerk (0,086). In beiden Netzwerken sind folglich die Beziehungsarten jeweils relativ gleichmäßig über die verschiedenen Knoten hinweg verteilt.

Hinsichtlich der *Indegree-Zentralisierung* zeigt sich ein größerer Unterschied zwischen den beiden Netzwerkebenen. Zwar ist für kleinere Netzwerke eine höhere Indegree-Zentralisierung wahrscheinlicher, aber für das Link-Netzwerk liegt sie mit 0,044 doch ungleich höher als für das größere Sprecher-Netzwerk mit 0,0003. In ersterem Netzwerk konzentrieren sich die eingehenden Beziehungen also stärker auf einige wenige Knoten als in dem Sprecher-Netzwerk. Das Prestige und die Aufmerksamkeit scheinen in dem Sprecher-Netz also etwas egalitärer verteilt zu sein.

Desweiteren werden für jede der beiden Netzwerkebenen die *zentralsten Akteure oder Websites* und die *Cutpoints* identifiziert und charakterisiert (FF3b und FF3d). Das Vorgehen hinsichtlich der Identifikation der zentralsten Knoten musste leicht an die jeweilige Netzwerkebene angepasst werden. Für das wesentlich größere Sprecher-Netzwerk galten somit die zehn Prozent der Akteure mit dem höchsten Indegree als zentralste Knoten, während diese Maßgabe für das kleinere und stärker indegree-zentralisierte Link-Netzwerk auf 20 Prozent ausgeweitet wurde. Das Netzwerk auf Sprecherebene enthält somit 128 zentralste Akteure ($\text{Indegree} \geq 3$) und das Netzwerk auf Linkebene 185 zentralste Angebote ($\text{Indegree} \geq 2$).

Für die verschiedenen Netzwerkebenen mit ihren unterschiedlichen Knotentypen wurden jeweils unterschiedliche Merkmale erhoben. Einzig die kulturelle und nationale Zugehörigkeit sind daher vergleichbar. Die zentralsten Akteure des Sprecher-Netzwerks lassen sich insgesamt 17 unterschiedlichen *Nationen* und den beiden transnationalen Ebenen zuordnen,

während die zentralsten Angebote des Link-Netzwerks aus zwölf verschiedenen Nationen und den beiden transnationalen Ebenen stammen. Erstere sind also national etwas vielfältiger.

Die vier häufigsten Nationalitäten sind auf beiden Netzwerkebenen identisch. Unter beiden zentralsten Knotengruppen ist jeweils mit ungefähr 28 Prozent der Großteil US-amerikanisch. Daneben stammen in dem Sprecher-Netzwerk vergleichbar viele Angebote aus Spanien, Deutschland und Großbritannien. In dem Link-Netzwerk zeigt sich eine schiefere Verteilung. Der Anteil deutscher prestigeträchtiger Angebote liegt leicht über dem Anteil spanischer Websites und der Abstand zu den britischen Angeboten ist ebenfalls größer. Das Sprecher-Netzwerk ist folglich hinsichtlich der nationalen Zugehörigkeit zumindest unter den vier häufigsten Nationen etwas ausgeglichener. Darüber hinaus sind in dem Netzwerk auf Sprecherebene 14 Prozent der zentralsten Akteure transnational, während es in dem Netzwerk auf Linkebene mit 16 Prozent nur geringfügig mehr sind. Die beiden Netzwerkebenen sind folglich in Bezug auf die zentralsten Knoten ähnlich stark vertikal entgrenzt.

Im Vergleich der Sprachraumzugehörigkeit zeigen sich ebenfalls Unterschiede zwischen den beiden Ebenen. Auf beiden Ebenen dominieren jeweils mit knapp der Hälfte der zentralsten Knoten englischsprachige Akteure und Angebote. Die zweitgrößte Gruppe unter den zentralsten Akteuren bildet danach allerdings die Sammelkategorie der anderssprachigen Akteure, also derjenigen die weder englisch-, deutsch noch spanischsprachig sind. Der Anteil deutsch- und spanischsprachiger prestigeträchtiger Akteure unterscheidet sich nur geringfügig. Unter den zentralsten Websites sind die deutschsprachigen Angebote am zweithäufigsten, wiederum dicht gefolgt von den spanischsprachigen Angeboten. Mehrsprachige Angebote nehmen nur einen Anteil von neun Prozent ein und anderssprachige Angebote kommen unter den zentralsten Knoten nicht vor. Auch in Bezug auf die Sprachraumzugehörigkeit erweist sich das Sprecher-Netzwerk folglich als etwas vielfältiger.

In Bezug auf die *Cutpoints* unterscheidet sich das Vorgehen bei ihrer Identifizierung nicht zwischen den Netzwerkebenen. Das Sprecher-Netzwerk enthält 132 und das Link-Netzwerk 119 *Cutpoints*. Erstere lassen sich 14 unterschiedlichen Nationen und den beiden transnationalen Ebenen zuordnen und letztere weisen neun unterschiedliche Nationalitäten auf oder sind transnational. Auch in Bezug auf die *Cutpoints* ist das Sprecher-Netzwerk folglich vielfältiger. Dennoch sind die Unterschiede geringer als bei den zentralsten Knoten.

Die vier *am häufigsten vertretenen Nationen* sind wieder identisch und ihre Anteile unterscheiden sich kaum zwischen den beiden Netzwerkebenen. Wie bereits bei den zentralsten Knoten bilden jeweils mit ungefähr 34 Prozent die US-amerikanischen Akteure und Angebote die größte Gruppe, gefolgt von je um die 20 Prozent deutschen und spanischen Akteuren und Angeboten. Britische Cutpoints stellen nur elf Prozent. Der Anteil der transnationalen Ebene ist geringer, als bei den zentralsten Akteuren, er liegt aber bei den Cutpoint-Angeboten mehr als doppelt so hoch wie bei den Cutpoint-Akteuren. Das Link-Netzwerk ist hinsichtlich der Cutpoints also etwas stärker vertikal transnational entgrenzt als das Sprecher-Netzwerk.

Auch bezüglich der *Sprachraumzugehörigkeit* ähneln sich die Cutpoints der beiden Ebenen. Knapp die Hälfte ist jeweils englischsprachig. Auf der Sprecherebene sind jeweils 30 Prozent deutsch- und spanischsprachig, während auf der Linkebene spanischsprachige Cutpoints nur 20 Prozent einnehmen. Unter den Akteuren des Sprecher-Netzwerks stammen sieben Prozent aus anderen Sprachräumen und unter den Angeboten des Link-Netzwerks sind drei Prozent mehrsprachig. Auch in Bezug auf die Sprachraumzugehörigkeit der Cutpoints erweist sich die Sprecherebene als vielfältiger und die Verteilung ist gleichmäßiger als auf der Linkebene.

Insgesamt ist das Sprecher-Netzwerk für beide Gruppen der herausragenden Knoten vielfältiger als das Link-Netzwerk. Es nehmen mehr unterschiedliche Nationalitäten die besonderen Positionen in dem Netzwerk ein und ihre Anteile sind gleichmäßiger über die verschiedenen Nationen und Sprachräume verteilt. Das *Sprecher-Netzwerk* ist folglich *horizontal stärker entgrenzt*. In dem *Link-Netzwerk* können dagegen mehr herausragende Knoten im Netzwerk den *vertikalen transnationalen Ebenen* zugeordnet werden. Auch in dieser Auswertungsperspektive zeigt sich folglich, dass *horizontale transnationale Entgrenzung im Internet* anscheinend *überwiegend mithilfe traditioneller Verweisstrukturen* erfolgt und weniger mittels internetspezifischer. *In vertikaler Richtung sind dagegen die internetspezifischen Verweisstrukturen transnationaler.*

Im Allgemeinen sind jeweils *die zentralsten Knoten in beide Entgrenzungsrichtungen etwas transnationaler aufgestellt als die Cutpoints*. Bei Letzteren handelt es sich vermutlich eher um Mitglieder bestimmter Gruppen mit besonderen Fertigkeiten, die in irgendeiner Form Übersetzungsleistungen für die eigene Herkunftsgruppe erbringen. *Trotz der transnationalen Entgrenzung dominieren US-amerikanische und englischsprachige Akteure und Angebote auf beiden Netzwerkebenen* die beiden Arten von herausragenden Positionen in den Netzwerken. Je für die einzelne Netzwerkebene

separat lassen sich weitere *Knotenmerkmale* zwischen den beiden Arten herausragender Knoten vergleichen.

Sprecher-Netzwerke: Eigenschaften besonderer Knoten/Akteure

Auf der *Sprecherebene* bestehen die zentralsten Knoten je zur Hälfte aus kollektiven und Einzelakteuren, während die *Cutpoints* zu *mehr als drei Vierteln Einzelakteure* sind. Im Sprecher-Netzwerk bekommen auch kollektive Akteure viel Aufmerksamkeit, aber Maklerrollen füllen doch eher individuelle Akteure aus.

Von den Einzelakteuren sind sowohl unter den zentralsten Akteuren als auch unter den *Cutpoints* *über 90 Prozent männlich*. Die Dominanz männlicher Akteure in der gesamten Stichprobe spiegelt sich also an den für den Diskurs entscheidenden Stellen im Sprecher-Netzwerk wider. Vor dem Hintergrund einer wünschenswerten Vielfalt in öffentlichen Diskursen wäre eine größere Partizipation weiblicher Akteure besser. Dies ist allerdings weder für Blog- noch für öffentliche Wirtschaftsdiskurse allgemein der Fall.

Ungeachtet der besonderen Knoten-Gruppen nehmen *Journalisten* auf beiden Netzwerkebenen keine der diskursintegrierenden Positionen ein, wobei ihr Anteil unter den *Cutpoints* noch vergleichsweise größer ist als unter den zentralsten Akteuren. Wenn dann sind sie eher Makler von Informationen als ein Aufmerksamkeitsmagnet. *Prestige und Maklermacht besitzen insgesamt aber eher andere Akteursgruppen* im Sprecher-Netzwerk. Unter den zentralsten Akteuren sind *Politiker* vorherrschend und unter den *Cutpoints* *Wissenschaftler*. Politiker akkumulieren in dem untersuchten Krisendiskurs also Aufmerksamkeit, indem sie viel zitiert und somit stark beobachtet werden, während Wissenschaftler an den Schnittstellen des Netzwerks entscheidende Informationen vermitteln. Die wissenschaftlichen Akteure scheinen hier zwischen kleinen Diskursgruppen speziell informierter Personen zu vermitteln.

Zusammengefasst bilden bei der Auswahl des Diskurses die wirtschaftlichen Akteure jeweils die zweitgrößte nicht-journalistische Akteursgruppe. Allerdings dominieren unter ihnen bei den zentralsten Knoten die Banker und unter den *Cutpoints* Unternehmer, Unternehmensberater und Finanzmarktanalysten. Protestakteure oder Interessensvermittler spielen in beiden herausragenden Positionen allenfalls eine marginale Rolle und einfache Bürger sind lediglich unter den *Cutpoints* vertreten. Für sie ist es vermutlich

schwierig, ein hohes Prestige in dem Blogdiskurs zu erlangen, aber sie können durchaus auch entscheidende Vermittlungsleistungen für ihr Umfeld im Internet erbringen.

Die *nationale Zugehörigkeit* der zentralsten Akteure und Cutpoints des Sprecher-Netzwerks wurde bereits zuvor im Vergleich der Netzwerkebenen beschrieben. Beide Knotengruppen sind überwiegend US-amerikanisch, jeweils gefolgt von deutschen, spanischen und britischen Akteuren. Unterschiede zeigen sich vor allem hinsichtlich der transnationalen Ebenen und der weiteren Nationen. Unter den Cutpoints finden sich häufiger schweizerische Akteure und seltener Akteure der beiden transnationalen Ebenen, als unter den zentralsten Akteuren. *Insgesamt besitzen die zentralsten Akteure mehr unterschiedliche Nationalitäten als die Cutpoint-Akteure.* Darüber hinaus stammen *die zentralsten Akteure eher aus unterschiedlichen europäischen Ländern* und *die Cutpoints eher aus nicht-europäischen Ländern.* Die vielzitierten Akteure besitzen also überwiegend eine europäische Herkunft, während die Informationsmakler über die gesamte, aber vornehmlich westliche Welt, verstreut sind.

Beide besonderen Knotengruppen sind *überwiegend englischsprachig.* Unter den zentralsten Akteuren folgt die Sammelkategorie der Akteure aus anderen, als den drei untersuchten Sprachräumen. Bei den Cutpoints stehen deutsche und spanische Akteure dagegen gleichermaßen an zweiter Stelle. Insgesamt kann festgehalten werden, dass die englische Sprache beide herausragenden Akteursgruppen des Sprecher-Netzwerks dominiert, und das selbst, obwohl der Fokus des untersuchten Diskurses in Europa und insbesondere in Spanien liegt.

Link-Netzwerke: Eigenschaften besonderer Knoten/Angebote

Auf der *Linkebene* zeigen sich ebenfalls interessante Parallelen und Unterschiede zwischen den beiden herausragenden Knotengruppen. Angepasst an die andere Knotenform von Internetangeboten, wurden auf dieser Ebene jeweils für die besonderen Knoten der thematische Schwerpunkt und die Angebotsform erfasst.

Hinsichtlich des *Themenschwerpunktes* unterscheiden sich die zentralsten Angebote und Cutpoint-Angebote. Während letztere in weit über 80 Prozent der Fälle einen eindeutigen wirtschaftlichen Fokus besitzen, sind es unter den zentralsten Angeboten immerhin noch etwas mehr als die Hälfte. Fast genauso viele prestigeträchtige Angebote in dem Link-Netzwerk haben keinen eindeutigen thematischen Schwerpunkt, sondern behan-

deln vielfältige Inhalte und nur vereinzelte, zentralste Angebote beschäftigen sich mit anderen Einzelthemen. Unter den Cutpoints weicht nur eine Minderheit von dem wirtschaftlichen Themenfokus ab. *Die zentralsten Knoten des Link-Netzwerks sind also hinsichtlich ihres thematischen Schwerpunktes wesentlich vielfältiger als die Cutpoints.* Dabei wäre gerade unter den Cutpoints eine inhaltliche Ausgewogenheit wünschenswert. In dem untersuchten Diskurs bedurften aber insbesondere die wirtschaftlichen Themen der Vermittlung.

In Bezug auf die *Angebotsform* unterscheiden sich die beiden Knotengruppen ebenfalls. Die zentralsten Angebote sind überwiegend *Internetableger traditioneller Massenmedien und insbesondere der Printmedien*, gefolgt von *WiFi-Blogs*. Bei den Cutpoints ist das Verhältnis umgekehrt. Die Ableger der Massenmedien konzentrieren etwas besser die *Aufmerksamkeit* auf der Linkebene auf sich als WiFi-Blogs. Hier können sie vermutlich auch sehr von ihrem Offline-Bekanntheitsgrad profitieren. Gleichzeitig nehmen die Internetableger traditioneller Medienmarken, ähnlich wie auf der Sprecherebene, auch eine *Vermittlerrolle* in dem untersuchten Diskursnetzwerk ein, wenn auch nicht so stark wie WiFi-Blogs.

Andere reine Internet-Angebotsformen sind eher marginal in beiden Knotengruppen vertreten. Bemerkenswert ist, dass darunter auch die meisten der Social-Media-Angebotsformen sind. Im Allgemeinen verteilen sich die zentralsten Netzwerkknoten etwas gleichmäßiger über die verschiedenen Angebotsformen als die stark aus der Blogosphäre rekrutierten Cutpoints. Das mag aber auch ein Artefakt der Stichprobenziehung sein. Die *Nationalität* der herausragenden Knoten des Link-Netzwerks wurde bereits oben in dem Vergleich der beiden Ebenen angesprochen. Auch auf dieser Ebene ähneln sich die beiden besonderen Knotengruppen hinsichtlich ihrer nationalen Zugehörigkeit. In beiden Fällen stammt *der Großteil aus den USA*. Desweiteren gehören auch auf dieser Ebene Deutschland, Spanien und Großbritannien zu den vier am häufigsten vertretenen Nationen. Daneben können die zentralsten Angebote noch acht und die Cutpoints noch fünf weiteren Nationen zugeordnet werden.

Unterschiede zeigen sich auch auf dieser Netzwerkebene hinsichtlich der beiden transnationalen Ebenen. *Die zentralsten Knoten lassen sich mehr als doppelt so häufig einer der beiden transnationalen Ebenen zuteilen, als die Cutpoints*, wobei jeweils die internationale Ebene bei weitem überwiegt. *Die zentralsten Angebote sind also in beide Entgrenzungsrichtungen transnationaler als die Cutpoints.* Betrachtet man die Funktion der jeweiligen Netzwerkposition, ist das aber wenig verwunderlich. Ähnlich wie bei den

Akteuren der Sprecherebene sind als Informationsvermittler vermutlich insbesondere Akteure gefragt, die außenstehende Informationen in eine Gruppe hinein- oder heraustragen können. Eine eindeutige Gruppenzugehörigkeit vereinfacht diese Aufgabe vermutlich. Wie bereits bei dem Sprecher-Netzwerk dominieren US-amerikanische Angebote den Diskurs trotz des europäischen Fokus. Hierin zeigt sich die Dominanz der USA sowohl in der internationalen Blogosphäre als auch in internationalen Wirtschafts- und Finanzdebatten.

Analog dazu ist jeweils die Hälfte der herausragenden Angebote *englischsprachig*. Erst hinsichtlich der weiteren *Sprachräume* unterscheiden sich die beiden Knotengruppen etwas. Der Anteil deutschsprachiger Angebote liegt bei den Cutpoints geringfügig höher als bei den zentralsten Angeboten. Die drittgrößte Gruppe bilden die spanischsprachigen Angebote mit jeweils rund 20 Prozent der zentralsten Angebote und Cutpoints. Mehrsprachige Angebote stellen je nur einen marginalen Teil der herausragenden Knoten, allerdings liegt dieser Anteil bei den zentralsten Websites etwas über dem der Cutpoints. Die Dominanz der englischen Sprache als Lingua Franca im Internet bestätigt sich auch bezüglich der herausragenden Knoten des Link-Netzwerks.

Einflussfaktoren auf besondere Netzwerkpositionen

Abschließend wird der *Einfluss verschiedener Akteurs- und Angebotsmerkmale* auf ihre zentrale Stellung (FF3c) und ihre Cutpoint-Position (FF3e) auf den beiden Netzwerkebenen analysiert. Auch wenn die Einflüsse jeweils in unterschiedlichen Modellen getestet wurden, lassen sich generelle Vergleiche zwischen den beiden Netzwerkebenen in Bezug auf die Effekte der kulturellen und nationalen Zugehörigkeit der Akteure und Angebote ziehen.

Mit Ausnahme der Cutpoints in dem Sprecher-Netzwerk *haben die Sprachraum- und die nationale Zugehörigkeit eines Knotens nur vereinzelt einen Einfluss* darauf, ob er zu einer der beiden herausragenden Knotengruppen gehört. Auf die zentralsten Akteure in dem Sprecher-Netzwerk haben lediglich die beiden Sammelkategorien der restlichen EU-Länder und der sonstigen nicht zur EU gehörenden Länder einen signifikanten Effekt. Für Akteure die einer dieser beiden Kategorien angehören ist eine Zugehörigkeit zu den prestigeträchtigsten Knoten im Netzwerk jeweils wahrscheinlicher als für US-amerikanische Knoten.

Die Sprachraumzugehörigkeit zeigt dagegen im Verhältnis zu englischsprachigen Akteuren keine signifikanten Effekte. Auf die Zugehörigkeit zu

den zentralsten Angeboten in dem Link-Netzwerk haben Spanischsprachigkeit und die Herkunft aus einem alternativen EU-Land einen negativen signifikanten Effekt. Angebote, die diese Kriterien erfüllen, gehören jeweils mit einer geringeren Wahrscheinlichkeit zu den prestigeträchtigen Angeboten auf der Linkebene.

Bei den Cutpoint-Angeboten sind es dagegen deutsch- und anders- oder mehrsprachige Websites. Angebote aus sonstigen Ländern außerhalb der EU haben dagegen einen positiven Effekt und somit eine höhere Wahrscheinlichkeit zu den Cutpoints zu zählen, als US-amerikanische Angebote. Während bei den vorigen Fällen nur vereinzelte Sprachraum- und nationale Zugehörigkeiten signifikante Einflüsse aufweisen, die teilweise aufgrund von Sammelkategorien auch noch schwer eindeutig zu interpretieren sind, bilden die Cutpoints auf der Sprecherebene eine Ausnahme. Hier zeigen alle drei Sprachraumzugehörigkeiten im Vergleich zu englischsprachigen Akteuren eine gesteigerte Wahrscheinlichkeit ein Cutpoint zu sein. Dieses Ergebnis deutet auf Vermittlungsleistungen in die nicht-englischen Sprachräume hin. Zusätzlich hat die britische Nationalität einen positiven Einfluss darauf, ob ein Akteur des Sprecher-Netzwerks zu dessen Cutpoints gehört. Insgesamt zeigt sich über die beiden Vernetzungsebenen und die zwei verschiedenen herausragenden Knotengruppen hinweg kein konsistentes Muster. Aus öffentlichkeitstheoretischer Sicht lässt sich feststellen, dass die Netzwerke hinsichtlich der entscheidenden Positionen nur vereinzelt Nationen und Sprachräume bevorzugen oder benachteiligen.

Die *zentralisierten Akteure des Sprecher-Netzwerks* sind diesbezüglich *sehr transkulturell und -national* aufgestellt, indem so gut wie keine einzelnen Nationen und Sprachräume eine geringere oder höhere Wahrscheinlichkeit besitzen, als englischsprachige und US-amerikanische Akteure. *Die Cutpoint-Akteure sind recht transnational, dafür aber weniger transkulturell.* Nur britische Akteure besitzen gegenüber US-amerikanischen eine höhere Wahrscheinlichkeit zu den bedeutenden Maklern im Netzwerk zu gehören. Deutsch-, spanisch- und anders- oder mehrsprachige Angebote besitzen dagegen eine höhere Wahrscheinlichkeit als englischsprachige Angebote. Zwar deuten diese Ergebnisse eine gewisse Kompensation der englischsprachigen Dominanz in dem Sprecher-Netzwerk an, aber wünschenswerter wäre, wenn die Sprachraumzugehörigkeit überhaupt keinen Einfluss auf die Cutpoint-Position besäße.

Auf der *Linkebene* erweisen sich *beide besondere Knotengruppen als überwiegend transnational und recht transkulturell.* Hinsichtlich der zentralsten Knoten sind die spanischsprachigen Angebote gegenüber englisch-

sprachigen benachteiligt, während es bei den Cutpoints deutsch- und anders- oder mehrsprachige Angebote sind. Auch wenn auf der Linkebene vereinzelte Sprachräume und Nationen benachteiligt oder begünstigt sind, ist dies überwiegend nicht der Fall. Der in den Hypothesen vermutete dominante Einfluss des englischen Sprachraums und US-amerikanischer Akteure und Angebote bestätigt sich größtenteils nicht. Lediglich auf der Linkebene besitzen einzelne Sprachräume eine geringere Wahrscheinlichkeit zu den zentralsten (H3.1) oder Cutpoint-Angeboten zu gehören (H3.2). Im Hinblick auf die Nationalität der Akteure und Angebote ist der Einfluss US-amerikanischer Knoten noch geringer (H3.3 und H3.4). Lediglich im Hinblick auf die zentralsten Angebote der Linkebene sind US-amerikanische Angebote eher prestigeträchtig als Angebote anderer EU-Länder. Ansonsten weisen insbesondere auf der Sprecher-Ebene andere Nationalitäten eher eine gesteigerte Wahrscheinlichkeit auf, zu einer der beiden herausragenden Knotengruppen zu gehören.

Im Vergleich der Sprachraum- und nationalen Zugehörigkeit der Akteure und Angebote wird jeweils der *Einfluss alternativer Merkmale* geprüft. Über die beiden Vernetzungsebenen und verschiedenen Knotengruppen hinweg zeigen die *alternativen Merkmale im Allgemeinen einen größeren Einfluss auf die Zugehörigkeit eines Akteurs oder Angebots zu den herausragenden Knoten in den Netzwerken, als ihre kulturelle oder nationale Herkunft*. Auf der *Sprecherebene* werden beide besonderen Positionen jeweils insbesondere durch die Tatsache beeinflusst, dass es sich um einen *kollektiven oder einen Einzelakteur* handelt, allerdings mit unterschiedlicher Tendenz. Kollektive Akteure besitzen eine geringere Wahrscheinlichkeit zu den zentralsten Angeboten und eine gesteigerte, zu den Cutpoints zu zählen. Hypothese H3.5 bestätigt sich also nicht. Genauso wenig bestätigt sich die Hypothese H3.6, die eine höhere Wahrscheinlichkeit für journalistische Akteure annimmt, zu den zentralsten Knoten zu gehören.

Auf der *Linkebene* beeinflussen bestimmte Angebotsformen und Inhalte die besondere Position der Angebote. Andere Themenblogs sind seltener zentralste Knoten, aber eher Cutpoints als WiFi-Blogs in dem Link-Netzwerk. Internetableger von Zeitschriften haben in beiden Fällen einen positiven Einfluss auf die Zugehörigkeit zu den besonderen Knotengruppen. Insbesondere in Bezug auf Printmedien bestätigt sich also Hypothese H3.8. *Nachrichtenaggregatoren sind eher zentralste Angebote* im Vergleich zu WiFi-Blogs, während *Internetableger von Tages- oder Wochenzeitungen eher Cutpoints stellen*. Darüber hinaus hat der Inhalt der Websites einen signifikanten Einfluss auf ihre besondere Position im Netzwerk. Ein *eindeuti-*

ger Themenschwerpunkt, darunter auch ein eindeutig *wirtschaftlicher Themenfokus*, *begünstigt die Zugehörigkeit zu den zentralsten Angeboten* im Vergleich zu thematisch vielfältigen Websites. Hypothese *H3.7* bestätigt sich folglich. *Bei den Cutpoints ist es umgekehrt*. Angebote mit einem nicht-wirtschaftlichen Themenschwerpunkt gehören eher dazu als solche mit einem wirtschaftlichen Fokus.

Der Befund vergleichsweise starker Einflüsse der alternativen Merkmale bestätigt die nachrangige Bedeutung, welche die Sprachraumzugehörigkeit und Nationalität der Akteure und Angebote für die Strukturierung des untersuchten Diskurses haben. Vor dem Hintergrund transkultureller und -nationaler Öffentlichkeit ist dieses Ergebnis wünschenswert. Der untersuchte Diskurs wird nur vereinzelt an seinen entscheidenden Stellen einseitig kulturell oder national geprägt. Ingesamt verlieren auch unter den hervorgehobenen Teilnehmern in dem untersuchten Blogdiskurs kulturelle und nationale Zugehörigkeiten und somit Grenzen nicht völlig ihre Wirkung, sie sind jedoch auch nicht die entscheidenden, alles dominierenden Strukturierungskräfte.

9 Fazit

Diese Arbeit verfolgt die zentrale Forschungsfrage *wie transkulturell und -national integriert die Netzwerköffentlichkeit im Internet ist und wie diese Struktur erklärt werden kann*. Im Zentrum des Erkenntnisinteresses stand demnach die Messung, Beschreibung und Erklärung des transkulturellen und -nationalen Vernetzungsgrades der Netzwerköffentlichkeit im Internet. Somit liegt die vorliegende Studie in der *Schnittmenge der beiden gesellschaftlichen Wandlungsprozesse der Globalisierung und der Digitalisierung* sowie ihres Effektes auf öffentliche Kommunikation.

Um diese Frage beantworten zu können, mussten die Forschungsstände zu transnationaler Öffentlichkeit und zur integrierten Netzwerköffentlichkeit im Internet zusammengeführt werden. Zu diesem Zweck wurde zunächst die sehr umfassende sozialwissenschaftliche Forschungsliteratur zu *transnationaler Öffentlichkeit* aufgearbeitet. Dieser zerfällt in viele verschiedene theoretische Perspektiven auf transnationale Öffentlichkeit, die wiederum in sehr unterschiedlich konzeptualisierten Studien resultieren. Diese Vielfalt geht oft auf Kosten der *Anschlussfähigkeit* der einzelnen Studien und somit auch der *Vergleichbarkeit* ihrer Ergebnisse.

Der Großteil des Forschungsstands befasst sich mit *traditionellen Massenmedien*, allen voran den *Printmedien*. Insbesondere die spezifischen medialen Bedingungen des Internets für transnationale Öffentlichkeit werden nur vereinzelt erforscht, wobei meist der Anschluss an die empirischen Konzepte der Studien zu traditionellen Massenmedien versäumt wird. Ein Ziel dieser Studie war also vor allem die verschiedenen Lager und Forschungsansätze soweit möglich in einer Netzwerkperspektive transnationaler Öffentlichkeit zu synthetisieren. Ausgangspunkt war *der mehrdimensionale Ansatz transnationaler Öffentlichkeit von Wessler et al. (2008)*, als dem differenziertesten und bereits mehrfach empirisch im Kontext traditioneller Massenmedien überprüften Modell transnationaler Öffentlichkeit in der Kommunikationswissenschaft. Ergänzt wurde er um eine konsequentere Anwendung der Netzwerkperspektive und internetspezifische Kriterien.

Unter transnationaler Öffentlichkeit werden in dieser Arbeit *Räume der Verdichtung von Prozessen öffentlicher, medial vermittelter politischer Kommunikation* verstanden, *die den nationalen Rahmen übertreten*. Allge-

mein bewegen sich diese öffentlichen Diskurse immer innerhalb des *Kontinuums von Integration und Fragmentierung*, wobei kein idealer Wert festgelegt werden kann. Ein jeweils extremer Grad der Integration oder Fragmentierung ist aber aus öffentlichkeitstheoretischer Sicht nicht ideal. Wird *Öffentlichkeit*, wie im Rahmen dieser Arbeit, als *ein Diskursnetzwerk* gedacht, kann *Integration* folglich *über den Grad der Vernetzung gemessen* werden. Dabei handelt es sich immer um ein graduelles Phänomen, das für jeden Einzelfall individuell und vor dem Hintergrund eines theoretischen Modells von Öffentlichkeit bewertet werden muss. Ein allgemeingültiger Schwellenwert für eine ausreichende Integration eines öffentlichen Diskurses kann nicht sinnvoll begründet werden.

Als Bemessungsgrundlage dient somit in der vorliegenden Studie *der deliberative Ansatz von Öffentlichkeit*, vor allem mit seinen Anforderungen an die Vielfalt der Diskursteilnehmer, und insbesondere die Dimensionen transnationaler Öffentlichkeit von Wessler et al. (2008). Dabei liegt der Fokus aus Gründen der Anschlussfähigkeit auf den beiden *Vernetzungsdimensionen*, der *Beobachtung des Regierens* und der *Diskursiven Vernetzung*, und weniger auf den beiden auf Homogenisierung abzielenden Dimensionen der Bremer Forschungsgruppe. Im Kontext traditioneller Massenmedien waren transnationale Regierungsstrukturen im Vergleich zu nationalen nur in einem wesentlich geringeren Ausmaß sichtbar, aber mit zunehmender Tendenz. Im Gegensatz dazu erwiesen sich die traditionellen Massenmedien hinsichtlich der Diskursiven Vernetzung stark horizontal entgrenzt, bei gleichbleibender Tendenz.

Im Folgenden wurden die speziellen *Bedingungen und Wandlungsprozesse von Öffentlichkeit im Internet* aufgearbeitet. Auch hier diente die konsequente Anwendung des *Netzwerks*, nicht nur als einer Metapher, sondern als *Grundstruktur öffentlicher Diskurse*, als eine Art roter Faden für die Darstellung des Forschungsstands. Da es sich bei dem Internet um eine Medienplattform handelt, die alte und neue Medien und Kommunikationsmodi umfasst und integriert, stellt sich Öffentlichkeit dort ungleich *komplexer* dar. Die netzwerkartige technische Infrastruktur unterstützt dabei sowohl eine potenziell stärkere Integration als auch Fragmentierung. Insgesamt werden dort viele Kommunikationsbeziehungen sichtbar und nachvollziehbar, die im Kontext traditioneller Massenmedien noch für die meisten Beobachter verborgen blieben, aber nicht alle Kommunikation im Internet ist öffentliche Kommunikation. Im Allgemeinen lösen sich im Internet Angebotsgrenzen auf oder können schneller überwunden werden, die verschiedenen Ebenen von Öffentlichkeit verschwimmen und zwischen Akteurskategorien und Leistungsrollen kann fließend gewechselt werden.

Öffentliche Vermittlungsleistungen können im Internet von *professionell-journalistischen, partizipativen* oder auch *technischen* Vermittlern erbracht werden. Durch die flexible, netzwerkartige Infrastruktur und die Durchlässigkeit der verschiedenen Strukturelemente entsteht *eine komplexe, beschleunigte und dezentrale Dynamik öffentlicher Kommunikation im Internet*.

Vor diesem Hintergrund stehen sich seit der Entstehung und Etablierung des Internets *Utopisten* und *Dystopisten* gegenüber, die sich entweder durch das Internet eine *Demokratisierung* öffentlicher und eben auch transnationaler Kommunikation erhoffen, oder eben die *Zunahme von Ungleichheiten* durch das Internet beklagen. Auch die Forschungsergebnisse changieren äußerst heterogen zwischen diesen beiden Lagern.

Häufig werden angesichts der Komplexität des Forschungsgegenstands lediglich Teilaspekte von Öffentlichkeit im Internet empirisch untersucht. Als besonders elaboriert und fruchtbar erweist sich in diesem Kontext *das Modell einer integrierten Netzwerköffentlichkeit im Internet von Neuberger (2009)*. Er integriert die verschiedenen oben beschriebenen Teilaspekte. Im Internet wird ein umfassender Input unter Anwendung komplexer Selektions- und Filterprozesse, an denen potenziell viele unterschiedliche Akteure beteiligt sein können, kollaborativ zu einer Themenagenda verdichtet. *Im Rahmen der Integration dieser Öffentlichkeit, einem vielfältigen, mehrstufigen, dezentralen und höchstdynamischen Prozess, entstehen die unterschiedlichsten Konstellationen von Vermittlungsformen, -leistungen und Vermittlern*.

Dabei werden die *verschiedenen Angebotsformen* im Internet für unterschiedliche Leistungen genutzt. *Blogs* stellen in diesem Angebotsmix ein interessantes Untersuchungsobjekt dar. Die in ihnen stattfindende Kommunikation ist überwiegend öffentlich. Sie eignen sich insbesondere für die Recherche von Hintergrund- oder Experteninformationen oder zur Publikation und Diskussion der eigenen Meinung. Außerdem ermöglichen sie auch gesellschaftlich marginalisierten Akteuren einen recht niedrighschwelligem Zugang zu öffentlichen Diskursen.

Durch die Zusammenführung der beiden Perspektiven auf Öffentlichkeit, der transnationalen und der internetspezifischen, *wurde ein eigenes Modell transnationaler Öffentlichkeit im Internet* entwickelt, das auf einem Grundverständnis öffentlicher Diskurse als Formen von Netzwerken basiert. Der Schwerpunkt lag dabei darauf, die spezifischen transnationalen technischen Potenziale des Internets herauszuarbeiten. Unter *transnationaler Öffent-*

lichkeit im Internet wird im Rahmen dieser Arbeit ein Netzwerk von Kommunikationsbeziehungen zwischen Inhalten, Akteuren oder Angeboten verstanden, das nationale Grenzen überschreitet.

Nationale Grenzen werden dadurch nicht obsolet, sondern im Gegenteil setzt transnationale Kommunikation auf diesen Grenzen auf. Auch im Kontext des Internets findet sich *eine vertikale und eine horizontale Entgrenzungsrichtung transnationaler Öffentlichkeit*, je nachdem ob die Kommunikationsprozesse auf eine internationale bzw. supranationale Grenze überschreiten, oder zwischen verschiedenen Nationen stattfinden. Zusätzlich kann noch ausschließlich zwischen Akteuren auf einer internationalen oder supranationalen Ebene kommuniziert werden, was aber vergleichsweise selten ist. Das Ergebnis dieser Entgrenzungsprozesse ist dabei nicht eine homogene, weltumspannende öffentliche Sphäre, sondern *viele unterschiedliche Verdichtungen von öffentlicher Kommunikation*, die untereinander mehr oder weniger stark verbunden sind. Auch sie bewegen sich auf dem Kontinuum zwischen Integration und Fragmentierung. Der Integrationsgrad kann über das Ausmaß der Vernetzung erfasst werden.

Diese Verdichtungen können in unterschiedlichen *Ereignissen* und *Themen* oder *Akteursgruppen* verankert sein und sie formieren unterschiedlich *flüchtige und dauerhafte soziale Strukturen*. werden. Transnationale Öffentlichkeit im Internet unterliegt dabei den spezifischen oben beschriebenen Bedingungen dieser Medienplattform, der Flexibilität, Dezentralität, hohen Dynamik, dauerhaften Archivierung von Inhalten, der Möglichkeit zu einem schnellen Rollenwechsel zwischen Leistungs- und Publikumsrollen, der Multimedialität und der Hybridisierung von Angeboten.

Die *transnationalen Integrations- und Vermittlungsleistungen* können potenziell von unterschiedlichsten Akteuren erbracht werden, erfordern aber zusätzlich Anforderungen an ihre kulturelle und sprachliche Kompetenz. Der dünne und äußerst verstreute Forschungsstand zu transnationaler Öffentlichkeit im Internet rangiert ebenfalls zwischen der Hoffnung auf ein digitales „Global Village“, eine „Global Information Structure“ und einem aterritorialen „Cyberspace“, oder stetig zunehmende „Global Digital Divides“. Die wenigen empirischen Arbeiten deuten insgesamt eher in die Richtung eines Fortbestehens des Status Quo, vergleichbar den Bedingungen traditioneller Massenmedien. Gemeinsam ist ihnen der Befund der fortbestehenden Bedeutung kultureller und nationaler Grenzen auch im Internet. Letztlich ist der Forschungsstand aber höchst unzufriedenstellend. Viele Aspekte wurden bislang allenfalls theoretisch diskutiert und zahlreiche empirische Fragen blieben bisher unbeantwortet.

Um das entwickelte theoretische Modell transnationaler Netzwerköffentlichkeit im Internet empirisch überprüfen zu können, musste *ein spezifischer Untersuchungsbereich abgesteckt* werden, der sich besonders für die Analyse transkultureller und -nationaler Kommunikation eignet. Die *globale Wirtschafts- und Finanzkrise (GWFK)* erwies sich als besonders geeigneter Diskursanker. Der Gesellschaftsbereich Wirtschaft gilt als Speerspitze der Globalisierung, die GWFK stellte ein erhebliches, weltweites gesamtgesellschaftliches Problem dar und sorgte für einen hohen Informations- und Aushandlungsbedarf über zahlreiche Konfliktlinien hinweg. Durch das teilweise Versagen des Wirtschaftsjournalismus in den traditionellen Massenmedien gewann das Internet an Bedeutung, allen voran Wi-Fi-Blogs. Mit der *Spanienkrise im Sommer 2012* wurde ein Diskursausschnitt gewählt, während dem die GWFK bereits ein etabliertes Thema in den öffentlichen Diskursen war und verschiedenste Streitfragen im Zusammenhang mit der Krise parallel aufkamen.

Um der Komplexität der Fragestellung und des Untersuchungsgegenstands gerecht zu werden, wurde der übergeordneten Fragestellung aus *drei sich ergänzenden Perspektiven* empirisch nachgegangen. Erstens wurde in Anlehnung an die Studien von Wessler und seinem Forscherteam transnationale Öffentlichkeit über *die Verwendung transnationaler Vernetzungsindekatoren* gemessen. Zweitens wurde transnationale Öffentlichkeit analysiert, indem *die Diskursnetzwerke verschiedener Sprachräume und Nationen* auf zwei unterschiedlichen Verweisebenen im Hinblick auf ihre Strukturierung allgemein und insbesondere innerhalb von Sprachraum- und nationalen Grenzen *verglichen* wurden (*Systemintegration*). Je weniger sich die Akteure innerhalb von kulturellen und nationalen Grenzen vernetzen, desto transkultureller bzw. transnationaler ist das jeweilige Diskursnetzwerk. Drittens wurden *Akteure mit besonderen Positionen in den transkulturellen und -nationalen Gesamtnetzwerken* auf den beiden Verweisebenen identifiziert. Durch ihre herausragende Stellung erbringen sie spezifische Integrations- und Vermittlungsleistungen innerhalb des untersuchten Diskurses (*Sozialintegration*). Je geringer die Abhängigkeit dieser besonderen Leistungsträger von einer bestimmten kulturellen oder nationalen Zugehörigkeit ist, desto transkultureller bzw. -nationaler ist diesbezüglich das untersuchte Diskursnetzwerk. Mithilfe dieser drei, sich ergänzenden Herangehensweisen kann ermittelt werden, inwiefern das transkulturelle und -nationale Potenzial des Internets auch tatsächlich sozial realisiert wird.

Methodisch basiert die vorliegende Studie auf *einer komparativen Inhaltsanalyse, die auch relationale Variablen erfasst*. Auf diese Weise wird die herkömmliche Auswertung der Inhaltsanalyse um netzwerkanalytische

Auswertungsmethoden erweitert. Durch die parallele Messung des gleichzeitigen Vorkommens verschiedener transnationaler Vernetzungsindikatoren und der tatsächlichen Vernetzung werden Diskursnetzwerke unmittelbar nachvollziehbar.

Gerade für die Analyse öffentlicher Diskurse im Internet bietet sich ein *netzwerkanalytisches Vorgehen* geradezu an, können dort doch internetspezifische Verweisformen wie beispielsweise Links einfach nachverfolgt werden, während gleichzeitig auch herkömmliche Verweisformen wie zitierte Sprecher in die mediale Plattform integriert werden. *Komparativ* ist die Inhaltsanalyse, da WiFi-Blogs aus verschiedenen Sprachräumen und Nationen untersucht und miteinander verglichen werden. Aufgrund der fehlenden Informationen zur Grundgesamtheit musste eine zugangsoffenerer Stichprobenziehung gewählt werden. Zunächst wurden mit dem deutschen, dem englischen und dem spanischen *drei Sprachräume* ausgewählt, die für den untersuchten Diskursausschnitt besonders relevant waren. Anhand der Kombination verschiedener Auswahlmethoden, die sich auf jeden der drei Sprachräume gleich anwenden ließen, wurden jeweils die sichtbarsten WiFi-Blogs identifiziert. Erst in einem zweiten Schritt wurde dann für den Vergleich auch *die häufigsten Nationen aus dieser Stichprobe* herangezogen. Die dreisprachige Blogstichprobe ließ sich fünfzehn Nationen sowie der internationalen Ebene zuordnen. Auf diese Weise konnte die Datengrundlage für alle drei Analyseperspektiven gewonnen werden. Sie erlaubt Aussagen für den konkret analysierten Internetausschnitt und vorsichtige Schlussfolgerungen vor dem Hintergrund des erweiterten Forschungsstands, aber *keine echte Repräsentativität* bezüglich aller englisch-, deutsch- und spanischsprachiger WiFi-Blogs.

Die *deskriptiven Befunde* erlauben zum einen genauere Aussagen und Einschätzungen zu dem recht unbekanntem Angebot der WiFi-Blogs, zum anderen liefern sie die Grundlage für mögliche Einflussfaktoren auf die transnationale Ausrichtung und Strukturbildung der untersuchten Stichprobe. Sowohl in Bezug auf die segmentären als auch stratifikatorischen Erwartungen des deliberativen transnationalen Öffentlichkeitsansatzes zeigt die Stichprobe eine deutliche Schiefelage. Die Seed-Blogs zeigen eine klare Dominanz westlicher Industrienationen, insbesondere den englischsprachigen, während Schwellen- und Entwicklungsländer allenfalls eine marginale Rolle spielen. Der überwiegende Teil der Blogger ist männlich und weist zu einem Drittel einen professionell-journalistischen Hintergrund auf. Unter den nicht-journalistischen Blogbetreibern finden sich insbesondere Wissenschaftler und Akteure des Wirtschaftssystems, wie Börsenmak-

ler, Finanzmarktanalysten und Unternehmer. Der Anteil von einfachen Bürgern, die sich via Blogs öffentlich im Untersuchungszeitraum äußern, beträgt immerhin noch zehn Prozent. Es handelte sich also weniger um einen Diskurs betroffener und interessierter Laien zur GWFK, sondern vielmehr um eine Debatte zwischen Kommunikations- und Wirtschaftsexperten, mit vereinzelter Beteiligung einfacher Bürger. Hinsichtlich formaler Kriterien wie die Einbindung von Social-Media-Elementen oder transnationaler Blogmerkmale, der Anzahl Blogger, dem Postingaufkommen oder -länge scheint das Blogformat transkulturell und -national ähnlich genutzt zu werden.

In Bezug auf die inhaltlichen Variablen und insbesondere die Verweispraktiken der Blogs zeigen sich doch deutliche kulturelle und nationale Unterschiede. Englischsprachige Blogs posten mehr Beiträge von Gastautoren und erzielen mehr Resonanz. In den spanischen bzw. spanischsprachigen Blogs kommen weniger Journalisten zu Wort. Schweizerische und britische Blogs verweisen weniger auf die traditionelle Medienberichterstattung. Wenn dann bewerten britische Blogs die Medieninhalte eher positiv, während die schweizerischen Angebote ihnen eher kritisch gegenüberstehen.

Die Blogs legen bei der inhaltlichen Diskussion der Krise der Eurozone unterschiedliche Schwerpunkte. Deutschsprachige Blogs thematisieren überwiegend die Krise auf dem globalen Finanzmarkt und die Angebote der beiden anderen Sprachräume eher die allgemeine Weltwirtschaftskrise. Die europäischen Nationen legen den inhaltlichen Schwerpunkt stärker auf die Euro-Krise als ihre US-amerikanischen Pendanten. Ihre Themenbehandlung unterscheidet sich ebenfalls, insbesondere bei den Konfliktlinien, die sich um verschiedene Lösungsvorschläge herumgruppieren. Spanischsprachige Blogs befassen sich häufiger mit dem Konflikt zwischen Austeritäts- und Konjunkturpolitik sowie dem Konflikt zwischen solidarischen Krisenlösungen und nationaler Eigenverantwortlichkeit. Im Gegensatz dazu beschäftigen sich deutsch- und englischsprachige Blogs häufiger mit der Streitfrage der wirtschaftlichen Ungleichheiten zwischen europäischen Geber- und Nehmerländern als mögliche Ursache für die Krise.

Besonders weichen die Sprachräume und Nationen aber hinsichtlich der Verweisformen voneinander ab. Englischsprachige Blogs und allen voran die US-amerikanischen Angebote zitieren mehr Sprecher. Deutschsprachige Angebote und allen voran schweizerische, aber auch britische Blogs, zitieren dafür häufiger Sprecher aus anderen Nationen. Außerdem verlinken spanischsprachige und spanische Blogs seltener, als die Angebote der anderen Sprachräume und Nationen, insbesondere der Blogs aus den USA und

Großbritannien. Im Allgemeinen verlinken deutsche Blogs am häufigsten auf Angebote der eigenen Nation, während schweizerische und britische Blogs grenzüberschreitender verlinken. Wenig überraschend setzen englischsprachige, also US-amerikanische und britische Blogs seltener Links auf Websites anderer Sprachräume.

Diese grobe Zusammenfassung anhand ausgewählter deskriptiver Ergebnisse verdeutlicht bereits, dass die untersuchten WiFi-Blogs durchaus Unterschiede in ihren Eigenschaften und Praktiken aufweisen, die sich eindeutig auf ihre kulturelle und nationale Zugehörigkeit zurückführen lassen. *In dieser Form haben kulturelle und nationale Grenzen also auch im Internet Bestand.* Außerdem zeigen sie, dass sich die Gegenüberstellung zwischen verschiedenen Sprachräumen und Nationen lohnt, da sich Unterschiede nicht immer auf beiden Ebenen zeigen oder die Variation zwischen den einzelnen Nationen häufig diejenige auf der Sprachraumbene konkretisieren kann.

Im Rahmen *der ersten Perspektive auf transnationale Öffentlichkeit* werden die beiden Vernetzungsdimensionen, die Wessler et al. (2008) für die Analyse traditioneller Massenmedien entwickelt und überprüft haben auf den Internetkontext der WiFi-Blogs übertragen. Transnationale Öffentlichkeit wird hier also über das Auftreten bestimmter Indikatoren für Transnationalität in verschiedenen Medienangeboten gemessen. Es wird nicht die tatsächliche Vernetzung zwischen verschiedenen Angeboten analysiert. Dieser Perspektive wurde in der vorliegenden Studie gefolgt, weil sie die Befunde für transnationale Internetöffentlichkeit direkt vergleichbar macht mit denjenigen für traditionelle Massenmedien und so für die oft vermisste Anschlussfähigkeit in diesem Forschungszweig sorgt.

Die beiden Vernetzungsdimensionen, die Beobachtung des Regierens (vertikale Entgrenzung) und die Diskursive Integration oder Vernetzung (horizontale Entgrenzung), wurden jeweils anhand von drei Indikatoren gemessen, zwei klassische und ein internetspezifischer Indikator. Auf diese Weise konnte festgestellt werden, ob die transnationalen Entgrenzungen im Internet eher anhand herkömmlicher oder internetspezifischer Vernetzungsformen erfolgen.

Die Befunde zu der *ersten Vernetzungsdimension* zeichnen ein buntes Bild moderater, vertikaler Entgrenzung. Dabei wurde zwischen den drei Entgrenzungsebenen national, inter- und supranational unterschieden. Mit wenigen Ausnahmen variieren die Sprachräume und Nationen hinsichtlich des Vorkommens der verschiedenen Ebenen innerhalb der einzelnen Indikatoren signifikant. Über alle drei Indikatoren hinweg und am stärksten bei

dem internetspezifischen Indikator dominiert die nationale Ebene. Die Dominanz der nationalen Ebene gegenüber den transnationalen ist laut Wessler et al. (2008) erwartbar und kein Widerspruch zu der Existenz transnationaler Öffentlichkeit. Bezüglich der transnationalen Ebenen zeigt sich allerdings ein buntes Bild. Spanischsprachige Blogs nehmen dabei am häufigsten auf internationale Institutionen und Organisationen Bezug und verlinken am häufigsten auf inter- und supranationale politische Websites. Deutschsprachige Blogs beziehen sich am häufigsten auf supranationale Institutionen und Organisationen, supranationale politische Websites verlinken sie dagegen gar nicht. Englischsprachige Angebote liegen jeweils im Mittelfeld. Mit den Nationalitäten der Blogs verhält es sich ähnlich. Die spanischen Blogs beziehen sich am häufigsten auf internationale Institutionen und Organisationen und für die vielen Bezugnahmen auf die supranationale Ebene durch deutschsprachige Angebote sind insbesondere die schweizerischen Blogs verantwortlich. Darüber hinaus werden internationale Sprecher vor allem von spanischen und US-amerikanischen Blogs zitiert und supranationale Akteure kommen am häufigsten in britischen, spanischen und schweizerischen Angeboten zu Wort. Bei den Verlinkungen erzielen spanische und US-amerikanische Blogs die größten Anteile auf beiden transnationalen Ebenen.

Insgesamt zeigt die erste Vernetzungsdimension also ein beständiges, wenn auch von Sprachraum zu Sprachraum und Nation zu Nation abweichendes Ausmaß transnationaler Entgrenzung, wobei diese eher entlang der klassischen Verweisformen erfolgt, als anhand der internetspezifischen. Im Zusammenspiel mit anderen Blogmerkmalen rücken die kulturelle und die nationale Zugehörigkeit der Blogs als Erklärungsfaktoren für die Häufigkeit der Verweise auf die einzelnen Ebenen aber in den Hintergrund.

In Bezug auf die *zweite Vernetzungsdimension* zeigen die Ergebnisse eine noch stärkere horizontale Entgrenzung als zuvor in vertikaler Richtung gemessen. Für jeden Indikator wurden jeweils eigen- und fremd-nationale/ausländische und zusätzlich noch genuin inter- oder supranationale Verweise gemessen. In Bezug auf die Verwendung der klassischen und des internetspezifischen Vernetzungskindicators unterscheiden sich die Blogs sprachraum- und nationenübergreifend. Bei den beiden klassischen Indikatoren dominieren jeweils die fremd-nationalen Verweise. Diesbezüglich sind die Blogs transnational stark entgrenzt. Entlang des internetspezifischen Indicators der Verlinkungen kommen im Gegensatz eigen-nationale Bezüge rund anderthalbmal so häufig vor als fremd-nationale. Vor dem

Hintergrund der von Wessler et al. (2008) postulierten Dominanz der (eigen-)nationalen Ebene gegenüber den transnationalen kann aber auch dieser geringe Anteil als transnationale Entgrenzung gewertet werden.

Die Sprachräume und Nationen unterscheiden sich über alle drei Indikatoren hinweg signifikant und weisen eine ähnliche Verteilung auf. Die englisch- und insbesondere deutschsprachigen Blogs erweisen sich bei den klassischen Indikatoren als besonders transnational entgrenzt. Die deutschsprachigen Angebote nutzen auch die internetspezifische Verweisform häufiger um auf das Ausland zu verweisen. Die spanischsprachigen Blogs verweisen dagegen am häufigsten in ihrem nationalen Kontext. Im Hinblick auf die Nationen zeigt sich wieder, dass insbesondere die schweizerischen Angebote für den hohen Grad transnationaler Entgrenzung deutschsprachiger Angebote verantwortlich sind. Bei den englischsprachigen Blogs sind es insbesondere die britischen Angebote.

Im Vergleich zu der ersten Vernetzungsdimension zeigt sich für die zweite, horizontale Vernetzungsdimension ein höherer Grad an Transnationalität mit stärkeren Abweichungen insbesondere zwischen den klassischen und dem internetspezifischen Indikator. Auch hier erweisen sich aber anderen Blogmerkmalen wie Ressourcenstärke und die transnationale Ausrichtung eines Angebots als einflussreicher auf die Häufigkeit der Bezugnahme auf die transnationale Ebene als die kulturelle oder nationale Zugehörigkeit der Blogs.

Insgesamt zeigt die erste Perspektive transnationaler Öffentlichkeit *ein recht hohes Niveau transnationaler Entgrenzung*. Grob entsprechen die Anteile von nationalen und transnationalen Bezügen dem bereits von Wessler et al. (2008) ermittelten Verhältnis und Muster im Kontext traditioneller Massenmedien. Die transnationalen Anteile liegen in dieser Studie aber leicht über den Werten der Bremer Kernstudie. Internetdiskurse scheinen sich folglich stärker transnational zu entgrenzen, nutzen dafür aber die Formen der Verweise und Vernetzung, die bereits im Rahmen traditioneller Massenmedien angewendet wurden und weniger internetspezifische Verweisformen.

Die *zweite Perspektive* analysiert *transnationale Öffentlichkeit* anhand der tatsächlich realisierten Vernetzung zwischen Angeboten mithilfe des Instrumentariums der sozialen Netzwerkanalyse. Die Netzwerkstruktur als Grundmuster transnationaler öffentlicher Diskurse wird dabei wörtlich genommen und eine spezielle Messung des Integrationsgrades von Öffentlichkeit ermöglicht. Die zweite Perspektive zielt dabei auf die Bestimmung der *Systemintegration öffentlicher Diskurse* anhand von Gesamtnetzwerkmaßen ab. Im Vergleich der Netzwerkmaße für Integration und Strukturierung

der verschiedenen Sprachraum- und nationalen Netzwerke untereinander kann der Integrationsgrad zumindest im Verhältnis zueinander beurteilt werden. Es wurde also untersucht wie dicht vernetzt die einzelnen kulturellen und nationalen Netzwerke jeweils sind und inwiefern ihre Sprachraum- und nationale Zugehörigkeit jeweils die Netzwerkstruktur prägt.

Durch die Gegenüberstellung von kulturellen und nationalen Grenzen können Behauptungen überprüft werden, dass erstere im Internet ein stärkeres strukturierendes Gewicht besäßen und letztere ihren Einfluss verlieren. Es werden darüber hinaus zwei Netzwerkebenen unterschieden, nämlich die Verbindungen zwischen den Blogbetreibern und den von ihnen zitierten Sprechern und den Blogs und den von ihnen verlinkten Websites. Auf diese Weise können traditionelle mit internetspezifischen Verweisformen verglichen werden.

Die *Größen* der verschiedenen Netzwerke variieren recht stark. Die Netzwerke auf der Sprecherebene enthalten jeweils mehr Knoten als die auf der Linkebene. Im Vergleich der Nationen ist auf beiden Ebenen das US-amerikanische Netzwerk das größte, gefolgt von dem spanischen auf der Sprecher- und dem deutschen auf der Linkebene. Bei dem Sprachraumvergleich sind auf beiden Ebenen die englischsprachigen Netzwerke am größten. Die deutsch- und spanischsprachigen Netzwerke unterscheiden je nur wenige Knoten.

Die *Gesamtnetzwerkmaße* zeigen unterschiedliche *Integrationsgrade*. Die Link-Netzwerke der verschiedenen Sprachräume und Nationen sind schwerfälliger und störungsanfälliger bei der Informationsvermittlung, als die jeweiligen Sprecher-Netzwerke (Diameter). Das gilt insbesondere für das deutsche und vergleichsweise weniger für das US-amerikanische Link-Netzwerk. Erwartungsgemäß besitzen insgesamt die kleineren nationalen Link-Netzwerke eine höhere Dichte, als die größeren Sprecher-Netzwerke und auch die kleineren nationalen Netzwerke sind dichter vernetzt als die größeren. Demnach ist das schweizerische Netzwerk auf beiden Ebenen am dichtesten verbunden. Aber die beiden US-amerikanischen und spanischen Netzwerke besitzen im Verhältnis zu ihrer jeweiligen Größe eine hohe Dichte, während der Integrationsgrad der beiden deutschen Netzwerke und des britischen Sprecher-Netzwerks eher gering ist. Im Vergleich der Sprachräume sind die beiden englischsprachigen Netzwerke sowie das spanischsprachige Sprecher-Netzwerk vergleichsweise dichter vernetzt und die beiden deutschsprachigen Netzwerke sowie das spanischsprachige Link-Netzwerk besitzen eine vergleichsweise geringe Dichte.

Die kleineren Link-Netzwerke sind ebenfalls zentralisierter als die größeren Sprecher-Netzwerke. Insgesamt folgen die Werte hier in keinsten

Weise den Größenverhältnissen der nationalen Netzwerke. Auf der Sprecherebene konzentrieren sich das deutsche und das spanische Netzwerk vergleichsweise stark auf wenige Knoten, während sich das britische egalitärer verteilt. Auf der Linkebene sind das deutsche und das US-amerikanische Netzwerk jeweils recht stark zentralisiert und das britische wieder eher egalitär. Die beiden deutschsprachigen Netzwerke, das spanischsprachige Sprecher und das englischsprachige Link-Netzwerk sind vergleichsweise stark zentralisiert. Im Allgemeinen entsprechen die deutschsprachigen und deutschen Netzwerke, das spanische und spanischsprachige Sprecher- und das US-amerikanische und englischsprachige Link-Netzwerk weniger den Anforderungen des deliberativen Öffentlichkeitsverständnisses nach möglichst breiter Beteiligung an öffentlichen Diskursen, die beiden britischen Netzwerke dagegen schon. Insgesamt zeigen die Gesamtnetzwerkmaße, dass es durchaus einen Unterschied macht, ob der Fokus auf der größeren kulturellen oder der feineren nationalen Grenzziehung im Internet liegt. Die Unterschiede zwischen den beiden untersuchten englischsprachigen Nationen heben sich beispielsweise auf der Sprachraumbene gegenseitig auf. Zusammenfassend lässt sich der geringere Integrationsgrad der deutschen und deutschsprachigen Netzwerke und die starke Integration der US-amerikanischen und englischsprachigen Netzwerke festhalten. Hinsichtlich einer gleichberechtigteren Diskursbeteiligung stechen insbesondere die britischen Netzwerke hervor.

In einem weiteren Schritt wurde die *Strukturierung* der verschiedenen kulturellen und nationalen Netzwerke ermittelt und verglichen. Inwiefern erfolgt die Vernetzung innerhalb der verschiedenen Netzwerke entlang kultureller und nationaler Grenzen? Zu diesem Zweck wurde der Grad der *Homophilie* für drei unterschiedliche Merkmale je Netzwerk bestimmt, wobei die kulturelle und nationale Zugehörigkeit der Akteure oder Angebote noch je Netzwerkebene um ein alternatives, aber öffentlichkeitstheoretisch ebenfalls relevantes Merkmal ergänzt wurden. Ein starker Fokus auf den eigenen Sprachraum oder die eigene Nation steht jeweils für eine geringe transkulturelle oder -nationale Entgrenzung des Diskurses. Gemäß einer realistischen Erwartungshaltung in Bezug auf transkulturelle und -nationale Öffentlichkeit, wurden allerdings bereits ausgewogene Werte als Fälle von Entgrenzung gewertet.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Link-Netzwerke sich stärker innerhalb von Sprachraumgrenzen vernetzen, als die Sprecher-Netzwerke. Lediglich die beiden schweizerischen Netzwerke sind transkulturell stark entgrenzt und auch das spanische und britische Sprecher-Netzwerk überschreitet häu-

figer kulturelle Grenzen. Die Sprecher-Netzwerke der verschiedenen Nationen und allen voran die beiden schweizerischen Netzwerke erweisen sich als transnational, während die Link-Netzwerke den Fokus stärker auf die eigene Nation legen.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass kulturelle Grenzen die verschiedenen Netzwerke entlang beider Ebenen im Internet stärker strukturieren, als nationale. Daraus zu schlussfolgern, dass der transkulturelle Vergleich ausreicht ist allerdings voreilig. Der zusätzliche nationale Vergleich fördert erst interessante Details und Unterschiede zutage, die sich unter Umständen in der großen Sprachraumgrenze gegenseitig aufheben.

Im Vergleich zu den beiden alternativen Merkmalen strukturieren die kulturelle und die nationale Zugehörigkeit stärker den Diskurs. Beide Formen der Grenzziehung behalten folglich im Internet ihre Wirkkraft, und das stärker in Bezug auf internetspezifische Verweisformen, als auf traditionelle. Der Vergleich der verschiedenen Sprachräume deutet darüber hinaus auf die geringe transkulturelle Entgrenzung der englischsprachigen Blogs hin. Für diesen Sprachraum lässt sich ein gewisses transkulturelles Entgrenzungsdefizit beanstanden. Auf der Sprecherebene zitieren deutsch- und spanischsprachige Angebote leicht transkulturell entgrenzt, während englischsprachige Blogs vor allem Aussagen von Sprechern des eigenen Sprachraums anführen. Insgesamt ist die Sprecherebene wesentlich stärker transkulturell entgrenzt, als die Linkebene. Deutschsprachige Blogs zitieren am stärksten Sprecher anderer Nationen, dicht gefolgt von spanischsprachigen Angeboten. Sogar die englischsprachigen Angebote verweisen stärker auf das Ausland, als es auf der Linkebene der Fall ist, aber eben überwiegend auf das englischsprachige Ausland. Auf der Linkebene, ist das Verhältnis zwischen Verweisen auf die eigene Nation und fremde Nationen bei den deutsch- und englischsprachigen Blogs recht ausgeglichen, während die spanischsprachigen Angebote stärker auf das Ausland verlinken. Insgesamt sind alle drei Sprachräume transnational entgrenzt. Im Vergleich spielen die kulturelle und nationale Zugehörigkeit bei den englischsprachigen Netzwerken noch die größte Rolle bei ihrer Strukturierung.

Über die verschiedenen Vergleiche hinweg zeigt sich insgesamt ein recht starkes Ausmaß transkultureller und -nationaler Entgrenzung auf beiden Netzwerkebenen. Und auch in Bezug auf die alternativen Strukturierungsmerkmale sind die untersuchten Diskursnetzwerke im Internet durchaus vielfältig. Vor dem Hintergrund deliberativer Vielfaltserwartungen können höchstens kleinere Defizite ausgemacht werden. Die englischsprachigen Netzwerke könnten sich stärker transkulturell und das deutsche, spanische und US-amerikanische Link-Netzwerk könnten sich stärker transnational

entgrenzen. Der Vergleich der beiden Netzwerkebenen zeigt, dass die Link-Netzwerke stärker entlang von kulturellen und nationalen Grenzen verlaufen, als die Sprecher-Netzwerke. Dadurch bestätigen sich die Befunde der ersten Analyseperspektive, dass transkulturelle und -nationale Entgrenzung im Internet eher mithilfe traditioneller Verweisformen realisiert wird, als mit internetspezifischen.

Die *dritte Perspektive auf transnationale Öffentlichkeit* greift ebenfalls auf das Instrumentarium der sozialen Netzwerkanalyse zurück und ermittelt Merkmale von und Einflussfaktoren auf entscheidende Positionen in dem Diskursnetzwerk. Der *Fokus* liegt also *auf Akteuren und Angeboten mit einer speziellen Form der Sozialintegration*, die durch ihre besondere Stellung im Netzwerk *Integrations- und Vermittlungsleistungen* für die anderen Diskursteilnehmer erbringen. Dahinter steckt die Annahme, dass zur Beurteilung des Transnationalitätsgrades von Öffentlichkeit nicht nur die Integration des gesamten Diskurses von Bedeutung ist, sondern insbesondere inwiefern herausragende und diskursleitende Akteure durch bestimmte kulturelle oder nationale Zugehörigkeiten geprägt werden. Vor dem Hintergrund eines deliberativen Ideals von transkultureller und -nationaler Öffentlichkeit, sollten diese Positionen Akteure und Angebote mit möglichst vielfältigen kulturellen und nationalen Zugehörigkeiten einnehmen. Auf diese Weise kann gewährleistet werden, dass öffentliche Diskurse nicht einseitig kulturell oder national geprägt sind. Ausgangspunkt für die Analyse sind die beiden kulturen- und nationenübergreifenden Gesamtnetzwerke auf der Sprecher- und der Linkebene.

Mit den *zentralsten Akteuren und Angeboten* sowie den *Cutpoints* werden zwei besondere Netzwerkpositionen herausgegriffen, die unterschiedliche Leistungen für öffentliche Diskurse erbringen. Erstere bündeln Aufmerksamkeit, besitzen viel Prestige und werden von vielen Diskursteilnehmern beobachtet, was vor allem für die allgemeine Weitergabe von Informationen entscheidend ist. Letztere verbinden ansonsten unzusammenhängende Teile der Diskursnetzwerke und besitzen somit eine besondere Maklermacht. Sie vermitteln Informationen zwischen verschiedenen Gruppen. Als Einflussfaktoren auf diese besonderen Netzwerkknoten wurden neben der Sprachraumzugehörigkeit und der Nationalität alternative Merkmale untersucht (Sprecherebene: kollektive vs. Einzelakteure, professionell-journalistischer Hintergrund; Linkebene: Angebotsform, thematischer Schwerpunkt).

Die untersuchten Netzwerke beschränken sich bei dieser Perspektive auf den Ausschnitt derjenigen Blogs aus der Stichprobe, die tatsächlich Sprecher zitieren und extern verlinken. Sie unterscheiden sich hinsichtlich der

folgenden Aspekte: Das kulturen- und nationenübergreifende Sprecher-Netzwerk ist anderthalbmal so groß wie das Link-Netzwerk, obwohl sie auf ähnlich vielen Seed-Blogs aufsetzen. Lediglich in dem Link-Netzwerk verweisen die Seed-Blogs aufeinander (reziproke Beziehungen). Hier zeigt sich zumindest vereinzelt die Verbundenheit der Blogs untereinander. Das Link-Netzwerk ist gemäß der Prozentzahl der verbundenen Knotenpaare vergleichsweise enger geknüpft und besitzt verhältnismäßig eine höhere Dichte. Im Allgemeinen handelt es sich aber auf beiden Ebenen eher um locker geknüpfte Netzwerke mit relativ wenig realisierten Kommunikationsbeziehungen. Das Link-Netzwerk konzentriert sich auf weniger Knoten als das egalitärere Sprecher-Netzwerk (indegree-Zentralisierung).

Die 128 *zentralsten Akteure* der Sprecher- und die 184 *zentralsten Angebote* der Linkebene weichen hinsichtlich ihrer jeweiligen nationalen Zugehörigkeit nicht stark voneinander ab. Am häufigsten sind auf beiden Netzwerkebenen US-amerikanische Akteure und Angebote, gefolgt von jeweils ähnlich vielen Akteuren und Angeboten aus Deutschland, Spanien und Großbritannien. Auf der Linkebene ist die Verteilung jedoch deutlich schiefer. Hinsichtlich der horizontalen Vielfalt unter den zentralen Knoten erweist sich das Sprecher-Netzwerk also als etwas ausgeglichener und entgrenzter. Der Anteil transnationaler unter den zentralsten Knoten ist ungefähr gleich. Auch in Bezug auf die Sprachraumzugehörigkeit ist das Sprecher-Netzwerk bei englischsprachiger Dominanz etwas vielfältiger.

Die 132 Cutpoint-Akteure und 118 Cutpoint-Angebote unterscheiden sich noch weniger voneinander als die zentralsten Knoten. Wieder erweist sich das Sprecher-Netzwerk bezüglich der nationalen Zugehörigkeit als etwas vielfältiger, als das Link-Netzwerk. Auch hier dominieren die vier gleichen Nationen, allen voran US-amerikanische Akteure und Angebote. Der Anteil transnationaler Knoten ist insgesamt geringer als bei den zentralsten Angeboten, aber auf der Linkebene doppelt so hoch. Während sich die Cutpoints unter den Sprechern in horizontaler Richtung etwas transnationaler zeigt, gilt das für die Link-Cutpoints in vertikaler Entgrenzungsrichtung. In Bezug auf die Sprachraumzugehörigkeit der Cutpoints ist die Sprecherbene etwas vielfältiger aufgrund gleichmäßiger verteilter Anteile über die untersuchten Sprachräume. Insgesamt dominiert auch hier auf beiden Ebenen der englische Sprachraum.

Zusammenfassend lässt sich also festhalten, dass die Sprecherebene hinsichtlich beider herausragender Knotengruppen sowohl kulturell als auch national vielfältiger ist, in Form von mehr unterschiedlichen Nationalitäten und in Form einer anteilig gleichmäßigeren Verteilung. Auch die dritte Analyseperspektive liefert folglich Anhaltspunkte dafür, dass gerade die

horizontale Entgrenzung im Internet in erster Linie über traditionelle Verweisformen erfolgt. Im Allgemeinen sind die zentralsten Knoten in Bezug auf beide Entgrenzungsrichtungen transnationaler. Bei der Betrachtung der besonderen Vermittler im Diskursnetzwerk verstärkt sich die englischsprachige und US-amerikanische Dominanz der gesamten Stichprobe sogar noch.

Die alternativen Merkmale erlauben weiterführende Charakterisierungen dieser Vermittler vor dem Hintergrund deliberativer Vielfaltsansprüche an öffentliche Diskurse. Der Organisationsstatus (kollektive vs. Einzelakteure) der zentralsten Knoten ist ausgewogen, während die Cutpoints im Großteil Blogs von Einzelakteuren sind. Prestigeträchtige Positionen im Netzwerk werden folglich zu gleichen Teilen von kollektiven und Einzelakteuren eingenommen, Vermittlungsleistungen obliegen dagegen eher Einzelpersonen. Die meisten dieser Einzelakteure in beiden herausragenden Knotengruppen sind männlich. Die männliche Dominanz der gesamten Stichprobe spiegelt sich also auch unter den diskursrelevanten Netzwerkpositionen wider. In beiden Knotengruppen besitzen die meisten Akteure keinen professionell journalistischen Hintergrund. Ihr Anteil ist unter den Cutpoints vergleichsweise größer, was noch eher auf eine Vermittlerfunktion der Journalisten in dem untersuchten Blogdiskurs hindeutet.

Bei den nicht-journalistischen besonderen Akteuren dominieren unter den zentralsten Knoten Politiker und unter den Cutpoints Wissenschaftler. Während Politiker in dem untersuchten Blogdiskurs also überwiegend Aufmerksamkeit bündeln können, übernehmen Wissenschaftler vor allem die Aufgabe zwischen verschiedenen Gruppen im Netzwerk Informationen zu vermitteln. Eine weitere wichtige Rolle übernehmen in beiden besonderen Knotengruppen die wirtschaftlichen Akteure, wobei die zentralsten Akteure überwiegend Banker sind und die Cutpoints überwiegend Unternehmer, Berater und Finanzmarktanalysten. Die Banker standen also in dem untersuchten Diskurs stärker im Fokus der Aufmerksamkeit, während die anderen wirtschaftlichen Berufsgruppen vermitteln und die Kriseninformationen für ihre jeweiligen Diskursgruppen aufbereiten. Protestakteure und Interessenvermittler spielen allenfalls eine untergeordnete Rolle unter den besonderen Akteuren der Sprecherebene und einfache Bürger stellen nur bei den Cutpoints einen bemerkenswerten Anteil. Ein hohes Prestige zu erlangen ist für sie vermutlich schwierig, aber sie erbringen in erheblichem Ausmaß Vermittlungsleistungen in dem transkulturellen und -nationalen Diskursnetzwerk auf der Sprecherebene.

Der überwältigende Teil der Cutpoint-Angebote auf der Linkebene fokussiert sich auf wirtschaftliche Themen, während es unter den zentralsten

Angeboten immerhin noch etwas mehr als die Hälfte sind. Fast ähnlich viele zentrale Angebote besitzen einen vielfältigen, nicht-eindeutigen Themenschwerpunkt. Die zentralsten Angebote sind folglich inhaltlich etwas vielfältiger, während es sich bei den Cutpoints eher um Wirtschaftsexperten handelt. In Bezug auf die Angebotsform dominieren wenig überraschend WiFi-Blogs und die Internetableger traditioneller Massenmedien den Diskurs. Erstere stellen den überwältigenden Teil der Cutpoints und auf letztere wird etwas häufiger verlinkt als auf WiFi-Blogs, sie ziehen also viel Aufmerksamkeit auf sich. Im Allgemeinen verteilen sich die zentralsten Angebote etwas gleichmäßiger über die unterschiedlichen Angebotsformen, als die stark aus der Blogosphäre rekrutierten Cutpoints.

In einem weiteren Schritt wurden verschiedene *potentielle Einflussfaktoren auf die besonderen Netzwerkpositionen* der Akteure bzw. Angebote ermittelt und verglichen. Im Zentrum des Interesses standen dabei die kulturelle und nationale Zugehörigkeit der Akteure und Angebote, die vor dem Hintergrund transnationaler und -kultureller Öffentlichkeitstheorie möglichst keinen Einfluss auf eine besondere Funktion in dem Diskursnetzwerk haben sollten. Im Großen und Ganzen erfüllen die beiden besonderen Knotengruppen auf beiden Netzwerkebenen diese Ansprüche und erweisen sich somit insgesamt als recht transkulturell und -national. Eine Ausnahme bilden lediglich die Cutpoint-Akteure auf der Sprecherebene. Akteure der nicht-englischsprachigen untersuchten Sprachräume besitzen eine höhere Wahrscheinlichkeit zu den Cutpoints im Netzwerk zu gehören. Eine mögliche Erklärung könnte sein, dass es gerade aufgrund der englischsprachigen Dominanz Vermittlungsleistungen, und darunter insbesondere Übersetzungsleistungen, in die anderen Sprachräume bedarf.

Insgesamt werden bezüglich der entscheidenden Positionen in dem untersuchten Netzwerk nur vereinzelt Nationen und Sprachräume benachteiligt. Es handelt sich nicht um ein durchgehendes Muster auf allen Ebenen, sodass trotz der englischsprachigen und US-amerikanischen Dominanz von einem zufriedenstellenden Grad an Transkulturalität und -nationalität gesprochen werden kann. Im Allgemeinen sind jeweils die zentralsten Knoten und die Sprecherebene etwas transkultureller und -nationaler aufgestellt, als die Cutpoints und die Linkebene. Die Konzentration von Aufmerksamkeit erfolgt also entgrenzter, als die Vermittlung von Informationen in verschiedene Diskursgruppen und das wieder eher auf der Ebene traditioneller Verweisformen, als internetspezifischer.

Dieser Eindruck wird ergänzt durch den Einfluss der alternativen Knotenmerkmale auf die herausragende Stellung im Netzwerk. Auf der Sprecherebene hat der professionell-journalistische Hintergrund keinen Einfluss

auf eine der beiden besonderen Vermittlerpositionen, der Organisationsstatus dagegen schon. Kollektive Akteure besitzen eine geringere Wahrscheinlichkeit zu den zentralsten Angeboten zu gehören, aber eine gesteigerte, zu den Cutpoints zu zählen. Auf der Linkebene zeigen sich sowohl in Bezug auf die Angebotsform als auch den inhaltlichen Schwerpunkt verschiedene Einflüsse. Andere Themenblogs gehören seltener zu den zentralsten Knoten, sind dafür aber eher Cutpoints als WiFi-Blogs. Internetableger von Zeitschriften besitzen sowohl eine höhere Wahrscheinlichkeit zu den zentralsten Knoten als auch den Cutpoints zu gehören als WiFi-Blogs. Auch reine Internet-Nachrichtenaggregatoren gehören wahrscheinlicher zu den zentralsten Angeboten. Auf diese Angebotsformen konzentriert sich folglich eher die Aufmerksamkeit, vermutlich weil sie vorrangig zur aktuellen Informationssuche genutzt werden. Internetableger von Tages- und Wochenzeitungen besitzen dagegen eine höhere Wahrscheinlichkeit zu den Cutpoints zu gehören.

Im Hinblick auf den inhaltlichen Schwerpunkt zeigen sich gegensätzlich Befunde für die zentralsten Knoten und die Cutpoints auf der Linkebene. Während ein eindeutiger Themenschwerpunkt, ein wirtschaftlicher oder anderer, im Vergleich zu Angeboten mit einem vielfältigen Themenfokus die Zugehörigkeit eines Angebots zu den zentralsten Knoten begünstigt, besitzen nicht-wirtschaftliche Angebote eine höhere Wahrscheinlichkeit zu den Cutpoints zu gehören. Im Vergleich zu der Sprachraumzugehörigkeit und der nationalen Zugehörigkeit haben die alternativen Merkmale einen recht starken Einfluss auf die Zugehörigkeit eines Knotens zu den beiden herausragenden Gruppen. Andere Merkmale scheinen also entscheidender dafür zu sein, dass ein Knoten besondere Leistungen in einem Diskursnetzwerk erbringt. Das kann ebenfalls als Hinweis auf einen beachtlichen Grad an Transkulturalität und -nationalität im Internet gewertet werden. Die beiden Ebenen des untersuchten Diskursnetzwerks erfahren allenfalls eine geringe kulturelle und nationale Prägung. Auch wenn kulturelle und nationale Zugehörigkeiten nicht völlig irrelevant sind, gehören sie sicher nicht zu den dominierenden Strukturierungsmerkmalen.

Ein abschließendes Urteil zu fällen, wie transnational und -kulturell integriert die Netzwerköffentlichkeit in der Wirtschafts- und Finanzblogosphäre im Internet tatsächlich ist, fällt in Anbetracht der Komplexität des Untersuchungsgegenstandes und der Vielzahl der Befunde nicht leicht. Die deskriptiven Befunde und die drei weiteren Analyseperspektiven auf die Integration transnationaler Netzwerköffentlichkeit im Internet bestätigen sich gegenseitig auf einer groben Ebene in den folgenden Punkten:

- Nationale und kulturelle Grenzen haben auch im Internet Bestand
- Sie sind aber nicht das dominierende Strukturierungsmerkmal von Diskursen
- Internetspezifische Verweis- und Integrationsformen (transnationaler) Öffentlichkeit verbleiben eher in nationalen oder kulturellen Grenzen als diejenigen der traditionellen Massenmedien
- Sowohl die horizontale als auch die vertikale Entgrenzung erfolgt auch im Internet primär entlang herkömmlicher als internetspezifischer Vermittlungsleistungen
- Die Anteile transnationaler Indikatoren und Verweisformen liegt im Internet leicht über den in Vorgängerstudien für die traditionellen Massenmedien ermittelten Anteile
- Die Rangfolge der verschiedenen Entgrenzungsebenen bleibt im Internet gegenüber den traditionellen Massenmedien konstant (nationale > international > supranational)

Neben diesem recht hohen Grad an Transkulturalität und -nationalität auf einer groben Ebene verweist die detaillierte Analyse durchaus auch auf nationale und kulturelle Unterschiede im Sinne einer Mehrfachsegmentierung: Unterschiedliche transnationale Merkmale und Orientierungen der WiFi-Blogs können durchaus auf ihre jeweilige nationale oder kulturelle Zugehörigkeit zurückgeführt werden. Vereinzelt Sprachräume und Nationen verwenden die Vernetzungsindikatoren unterschiedlich häufig auf den drei Ebenen. Kleinere Länder entgrenzen sich in bestimmten Fällen stärker als größere. Bestimmte Nationen kommen den deliberativen Idealvorstellungen von Diskursvielfalt näher als andere. In vielen Bereichen dominieren englischsprachige und US-amerikanische Angebote den Diskurs.

Die verschiedenen Perspektiven und Analyseansätze ergänzen sich im Rahmen dieser Arbeit sinnvoll indem sie ihre Ergebnisse gegenseitig validieren oder konkretisieren. Im Großen und Ganzen zeigt sich ein differenziertes Bild der Transkulturalität und -nationalität bei gleichzeitigem Fortbestehen nationaler und kultureller Grenzen. Die abschließende Antwort auf die zentrale Forschungsfrage fällt daher moderat optimistisch aus: In der deutsch-, englisch- und spanischsprachigen Wirtschafts- und Finanzblogosphäre während einer der Blütephasen der GWFK ist zwar kein ideales „Global Village“ entstanden, aber durchaus ein zufriedenstellend vielfältiger Diskurs. Bei einem gleichzeitigen Fortbestehen nationaler und kultureller Grenzen wurden andere Sprachräume und Nationen durchaus wahrgenommen, zitiert, kommentiert und diskutiert. Das gilt auch für Akteure, Organisationen und Institutionen sowie Angebote auf inter- oder supranationaler Ebene.

Transkulturelle und -nationale Öffentlichkeit besteht gerade auch im Internet aus komplexen und vielschichtigen Prozessen gegenläufiger Tendenzen. Bei dem untersuchten Ausschnitt des Internets handelt es sich vermutlich um einen eher stärker von der Globalisierung beeinflussten Bereich. Andere Ausschnitte des Internets mögen weniger stark transkulturell oder -national entgrenzt sein.

9.1 Diskussion

Wie alle Studien, unterliegt auch die vorliegende Arbeit bestimmten Limitierungen. Bei dem Großteil von ihnen handelt es sich um notwendige Entscheidungen, um eine empirische Analyse transnationaler Öffentlichkeit im Internet überhaupt erst zu ermöglichen. Eine zentrale, aber kaum lösbare Einschränkung stellt die fehlende Möglichkeit der Verallgemeinerung der Befunde über den Untersuchungskontext hinaus dar.

Mit *WiFi-Blogs* wurde lediglich eine *bestimmte Angebotsform* untersucht, die zwar einen interessanten diskursiven Bereich des Internets darstellt, über deren Grundgesamtheit aber keine belastbaren Angaben existieren. Einem verlässlicheren Informationsstand über die Wirtschafts- und Finanzblogosphäre könnte man sich allenfalls durch eine Vielzahl verschiedener Studien in verschiedensten Kontexten annähern. Dann wäre es eventuell auch möglich, sich nicht nur auf die sichtbarsten Exemplare dieser Angebotsform zu konzentrieren, sondern Auswahlverfahren zu entwickeln, die ein vergleichbares Vorgehen für peripherere Angebote in verschiedenen kulturellen oder nationalen Bereichen gewährleisten. Denn ähnlich wie viele komparative Studien, vergleicht auch die vorliegende Studie trotz des zugangsoffenen Vorgehens bei der Stichprobenziehung überwiegend westliche Industrienationen, was zu einem Teil auch der Sprachraumauswahl geschuldet sein mag. Lügen mehr und vergleichbarere Informationen über die Wirtschafts- und Finanzblogosphären vor, wäre es schließlich auch möglich ein striktes quasi-experimentelles Setting im Sinne eines „most-similar-systems-different-outcomes“ oder „most-different-systems-similar-outcome“ anzuwenden, wodurch auch externe Erklärungsfaktoren wie beispielsweise die Bevölkerungsgröße, die Wirtschaftskraft, die Zugehörigkeit zu bestimmten politischen oder medialen Systemen, der nationale Verbreitungsgrad des Internets mit berücksichtigt werden könnten.

Neben der Internetangebotsform fokussiert sich auch die Wahl des untersuchten Diskurses auf *den Bereich der Wirtschaft* und somit auf denjenigen Gesellschaftsbereich, der am stärksten Globalisierungseinflüssen unterliegt und folgt. Die in diesem Ausschnitt ermittelte transkulturelle und -nationale Entgrenzung von Öffentlichkeit sowie gegenläufige Entwicklungstendenzen sind möglicherweise im Rahmen anderer Gesellschaftsbereiche und Diskursschwerpunkte weniger stark ausgeprägt. Zu diesem Zweck wären Studien wünschenswert, die das Forschungsdesign auf andere Sprachräume, Themenblogs bzw. andere Internetangebote und andere Diskursthemen übertragen. Die alternativen Vergleichsdiskurse müssten sich aber ebenfalls mit Problemen von potentiell globalem Ausmaß befassen, wodurch die Auswahlmöglichkeiten wiederum recht begrenzt sind.

Eine weitere Einschränkung der Studie ist die Untersuchungsanlage als *Querschnittsanalyse*. Dadurch können keine Aussagen darüber getroffen werden, wie dauerhaft die ermittelten Strukturen transnationaler und -kultureller Öffentlichkeit im Internet sind. Handelt es sich nur um die vorübergehende Berücksichtigung anderer Sprachräume und Nationen auf einem recht hohen Transkulturalitäts- und -nationalitätsniveau, oder ist der Diskurs zwischen den WiFi-Blogs dauerhaft derart auswärtsgerichtet? Um diese Frage beantworten zu können, müsste eine Langzeitstudie durchgeführt werden, die noch größere zeitliche und personelle Ressourcen erfordert. Das hier durchgeführte Querschnittsprojekt ist aber ein wichtiger Schritt in Richtung einer systematischen Erforschung des noch überwiegend unbekanntem Terrains der transnationalen Öffentlichkeit im Internet, von dem gerade auch Längsschnittstudien sehr profitieren können.

Desweiteren mussten in Bezug auf das *empirische Vorgehen* einige *Kompromisse* eingegangen werden, um das Untersuchungsvorhaben mit den gegebenen zeitlichen und personellen Ressourcen überhaupt realisieren zu können. Es wurden für viele Variablen immer nur die drei zuerst im Text genannten Fälle codiert. Das gilt insbesondere auch für die beiden Verweiformen der zitierten Sprecher und verlinkten Websites, auf denen die Netzwerkanalysen basieren. Durch dieses Vorgehen in Kombination mit der bewussten Auswahl der Seed-Stichprobe, handelt es sich sogar in einem doppelten Sinn um partielle Netzwerke. Derartige Netzwerkausschnitte lassen sich im Internet aufgrund seiner Fülle von Angeboten und Vernetzungen aber kaum vermeiden.

Außerdem wurden im Rahmen der Inhaltsanalyse *ausschließlich Textinhalte* berücksichtigt. Der Grad der Vernetzung ist aber immer auch von der Art und dem Inhalt der untersuchten Botschaften abhängig. Aufgrund der

größeren Loslösung von Sprachkompetenz, ist die Annahme durchaus berechtigt, dass transkulturelle und -nationale Entgrenzung und Vernetzung im Internet nicht selten auch über Musik, Bild- und Videomaterial erfolgt. Eine Inhaltsanalyse von Ton-, Bild- und Videomaterial erhöht den Untersuchungsaufwand aber immens und auch für diese Studien ist eine textbasierte Inhaltsanalyse ein wichtiger erster Grundstein auf recht wenig erforschtem Gebiet.

Neben diesen größtenteils notwendigen Einschränkungen liefert die vorliegende Studie aus mehreren Gründen *einen einzigartigen Beitrag für die Forschung zu transkultureller und -nationaler Öffentlichkeit im Internet*. In den verschiedenen Bereichen von Synthese des Forschungsstands über die theoretische Modellierung bis hin zur empirischen Untersuchungsanlage und Auswertung werden neue Wege beschrritten und bestehende um zusätzliche Perspektiven ergänzt:

1. Durch das zugangsoffene Vorgehen wird prinzipiell der Fokus transnationaler Öffentlichkeitsforschung über eine rein europäische Perspektive hinaus erweitert
2. Mit dem Internet wird eine bisher in diesem Forschungszweig weniger beachtete Medienplattform untersucht.
3. Ein Großteil des sozialwissenschaftlichen Forschungsstands wurde aufgearbeitet und die vorliegende Studie anschlussfähig und vergleichbar mit Vorgängerstudien gestaltet
4. Die transnationale wird konsequent um die -kulturelle Perspektive ergänzt
5. Diskurse werden als Netzwerke modelliert und analysiert und den Begriff nicht nur rein metaphorisch zur Beschreibung von öffentlichen Kommunikationsstrukturen verwendet. Durch über eine reine metaphorische Bedeutung des Begriffs hinaus, was neue Analyseperspektiven und Auswertungsmethoden erschließt
6. Die vorliegende Studie ist ein Beitrag zu dem allgemein dünnen Forschungsstand komparativer Studien zum Internet in der Kommunikationswissenschaft
7. Die innovative Bestimmung der Nationalität einzelner Internetangebote erweitert die Perspektive eines eher technischen, simplifizierten Verständnisses um eine aufwendigere aber genauere akteursorientierte Perspektive
8. Die Arbeit leistet einen Beitrag zu der in den vergangenen Jahren etwas eingeschlafenen Blogforschung und auch in diesem Bereich zu den wenigen komparativen Untersuchungsanlagen, insbesondere im Bereich der WiFi-Blogs

9. Die Studie leistet einen Beitrag zur Anwendung und Weiterentwicklung der mehrsprachigen Inhaltsanalyse in der Kommunikationswissenschaft indem sie diese auf die öffentliche Kommunikation im Internet anwendet und dafür um internetspezifische Aspekte der Kommunikation ergänzt
10. In der Anlage als relationale Inhaltsanalyse und in Kombination mit dem Auswertungsinstrumentarium der sozialen Netzwerkanalyse werden neue Anwendungsgebiete der beiden Methoden sowie ihrer Kombination erschlossen
11. Die vorliegende Arbeit liefert einen kommunikationswissenschaftlichen Beitrag zum überwiegend wirtschaftswissenschaftlich dominierten Forschungsstand zu der GWFK und insbesondere zur Rolle des Internets in diesem Kontext

Und auch wenn die heiße Phase der Krise und der entsprechenden öffentlichen Debatten mittlerweile abgeflaut sein mag, gründen doch zahlreiche Folgephänomene, die inzwischen intensiv in der Kommunikationswissenschaft beforscht und diskutiert werden, wie beispielsweise der Aufschwung des Populismus und seiner Verbreitung durch die mediale Öffentlichkeit unter anderem im Internet, nicht zuletzt in der durch die große Wirtschaftskrise ausgelösten gesellschaftlichen Schockwelle.

9.2 Ausblick

Als einem teilweise explorativen ersten Schritt auf noch recht unbekanntem Gebiet, bietet die vorliegende Studie zahlreiche Möglichkeiten zur Anschlussforschung. Im Folgenden sollen lediglich einige Denkanstöße gegeben werden. Im vorigen Kapitel wurde bereits der Bedarf an einer Erweiterung des Untersuchungsdesigns um Längsschnittanalysen, weitere Länder und Sprachräume, andere potenziell globale Diskurse und weitere Blogarten sowie alternative Internetangebote aufgezeigt. Darüber hinaus wäre auch eine generelle Ausweitung der auf den Kommunikator fokussierten Sicht um die Rezipientenperspektive wünschenswert. Genauso wenig wie belastbare Angaben zur Anzahl und Charakteristika der WiFi-Blogs existieren, liegen Informationen über ihre Nutzung vor.

Zu diesem Zweck würden sicher auch alternative, ergänzende sozialwissenschaftliche Methoden einen wichtigen Erkenntnisfortschritt liefern. Denkbar wäre beispielsweise eine Befragung der Blogbetreiber hinsichtlich ihrer transnationalen und -kulturellen Ausrichtung. Inwiefern entgrenzen

sie ihr Angebot bewusst? Insbesondere die Cutpoints und zentralen Akteure stünden hier im Fokus des Interesses. Sind sie sich ihrer besonderen Stellung in dem Diskursnetzwerk bewusst? Erbringen sie die Integrations- und Vermittlungsleistungen in dem Diskurs absichtlich oder unbewusst? Aber gerade auch eine Befragung der Nutzer der WiFi-Blogs wäre höchst interessant. Aus welchen Kulturräumen und Ländern stammen sie? Inwiefern und warum nutzen sie die Angebote? Welche kulturellen und nationalen Barrieren nehmen sie wahr?

Außerdem wird im Rahmen dieser Dissertation auf die Tatsache hingewiesen, dass es neben kulturellen und nationalen Entgrenzungsprozessen auch parallel zu gegenläufigen Tendenzen der Nationalisierung und Lokalisierung kommt. Eine spannende ergänzende Studie könnte ein noch detaillierteres Messinstrument anwenden und Entgrenzung auch unterhalb des Niveaus der Nation messen. Dafür müssten allerdings sinnvolle und wiederum nationenübergreifend vergleichbare Abgrenzungen gefunden werden wie beispielsweise Regionen oder Dialekräume.

Desweiteren steht vorrangig das Internet im Vordergrund des Forschungsinteresses dieser Arbeit. Der Vergleich transkultureller und -nationaler Entgrenzungen in verschiedenen Mediengattungen erfolgt lediglich auf einer sehr groben und oberflächlichen Ebene über verschiedene Studien mit sehr unterschiedlichen Untersuchungszeiträumen hinweg. Sinnvoll wäre daher auch eine Studie, die das Internet direkt mit anderen Mediengattungen vergleicht. Allerdings könnten öffentliche Kommunikationsstrukturen dann vermutlich nicht so umfassend untersucht werden wie in der vorliegenden Arbeit.

Überdies wären ergänzende Studien von Interesse, die sich nicht nur mit den Vernetzungsdimensionen von Wessler et al. (2008) befassen, sondern insbesondere die beiden Homogenisierungs-Dimensionen auf das Internet übertragen. Es wäre spannend zu sehen, ob sich für diese beiden Dimensionen ebenfalls die gleichen Muster im Internet zeigen und ob sich das Internet auch im Hinblick auf diese beiden Dimensionen als entgrenzter erweist.

Neben den oben skizzierten Projekten sind sicher noch zahlreiche weitere Anschlussstudien denkbar. Die vorliegende Arbeit stellt lediglich einen ersten Schritt in Richtung einer umfassenderen Erforschung transkultureller und -nationaler Öffentlichkeit im Internet dar. Um diesen weiten Forschungsgegenstand annähernd verstehen zu können, ist eine Vielzahl aufeinander aufbauender Studien erforderlich.

Anhang

Tabelle A1

Stichprobenziehung: Überblick über Sichtbarkeitsmarker der Blogs

Deutschsprachig	Englischsprachig	Spanischsprachig
Blog-Rankings		
Die Deutschen Blogcharts	ebuzzing (Rubrik: UK, economy und USA, economy and finance)	ebuzzing (Rubrik: ES, economia y negocios; MX, economia und AR, economia)
Blogscout	Technorati (Top 100 Business Blogs)	Blogoscoop (Top 200)
Virato Blogcharts	Blogoscoop (Top 200)	Rankia (Comunidad Financiera) - Blog Ranking Spanien/Argentinien/Chile/Kolumbien/Peru (353 Blogs, davon top 200 berücksichtigt, Blogs mit zu engem Fokus, z. B. einzelne Devisenprodukte, Rohstoffe, wurden ausgeklammert)
ebuzzing (Rubrik: Top-Politik- und Wirtschaftsblogs)	Stockblogs	Alianzo-Ranking de blogs (alle spanischsprachigen Länder, alle Kategorien je top 15-20 nach inhaltl Finanzblogs durchgesehen)
Bloggerei (Top 100)	Top Ten Financial Blogs for Young People (Rankings)	Ranking de blogs de Blodico (nur Kategorie "Negocios")
Blogoscoop (Top 200) (Rankings)		Bitácoras-top 500 (politica)
		Bolsa.com 20minutos.es (Ranking mejor blogs financieros)
Empfehlungen in traditionellen Medien		
Süddeutsche Zeitung	The Daily Telegraph	El Pais
FAZ	The Times	El Diario
Der Standard	The Independent	El Mundo
Die Presse	The Guardian	El Economista
Neue Zürcher Zeitung	USA Today	ABC
Wirtschaftsjournalist	Wall Street Journal	Público
Wirtschaftswoche	New York Times	La Razón
Handelsblatt	Los Angeles Times	El Correo
Wirtschafts-Blatt	New York Post	La Vanguardia
	New York Daily News	La Razon
	Washington Post	El Correo
	The Financial Times	Cinco Días
	The Economist	Gaceta de los Negocios
	The Australian	Dinero
	The Australian Financial Review	Capital
	Fortune	Mercado de Dinero
	Newsweek	Clarín
	Time Magazine	La Nación

The Irish Independent	La Voz del Interior
The Irish Times	Los Andes
The Irish Daily Star	El Mercurio de Stgo.
Irish Examiner	La Tercera
The Globe and Mail	Las Ultimas Noticias
National Post	La Cuarta
New Zealand Herald	La Nación
The Dominion Post	Ovaciones
verschiedene	Reforma
US-amerikanische, städtische Business Journals	
	El Norte
	Correo
	El Comercio
	Aja

Preise			
Comdirect Finanzblogaward (nominiert/gewonnen)	Annual Weblogs Awards (Bloggies, Rubrik: Politics, Finalists)	20 Blogs (von Movistar) (nominiert oder gewonnen)	
Grimme-Online-Award: Finanzblogs (nominiert/gewonnen)	The Irish Blogs Awards	Premios Bitácoras (von rtve) (nominiert oder gewonnen, 1. oder 2. Platz; 2004-2013, Kategorien wandeln sich: Berücksichtigt: Negocios, periodismo y politica), Rankia - el mejor blog financiero	
Smava Finance Blog of the Year (nominiert/gewonnen)		Finanzas.com (mejor blog financiero) Bolsalia Bolsa.com (mejor blog financiero)	

Die traditionellen Massenmedien wurden anhand des Internationalen Handbuchs Medien 2008 ausgewählt. Es wurden alle dort angegebenen Nationen mit entweder deutscher, englischer oder spanischer Amtssprache und jeweils die aufgeführten auflagenstärksten, tagesaktuellen und überregionalen Qualitätsprintmedien ausgewählt. Außerdem wurden noch auflagenstarke Wirtschaftspublikationen berücksichtigt. Für die einzelnen Medien wurden jeweils die Onlineauftritte besucht und mittels Suchfunktion nach WiFi-Blogs gesucht, sowohl eigene, integrierte Angebote als auch Artikel mit Verweisen auf entsprechende Blogs.

Tabelle A2

Überblick über das Kategorienschema des Codebuchs (Auswahl der relevantesten Kategorien)

Variable	Analyseebene	Ausprägungen*	Theoretischer Bezug	Dimension/Kriterien des deliberativen Öffentlichkeitsmodells	Forschungsfrage/Hypothese
Allgemeine formale Variablen					
Medialität	Posting	(reiner) Text; (nur) Bild oder Bildersammlung; (nur) Video; Text mit Bild(ern); Text mit Video; sonstige Medienart	Netzwerköffentlichkeit im Internet	-	FF3c, FF3e
Dominierende Sprache I	Posting	Deutsch; Englisch; Spanisch; sonstige Sprache; mehrsprachig	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie)	<i>H2</i> FF2d <i>H5</i> FF3c, FF3e <i>H7, H12</i>
Variablen auf Blogebene					
Dominierende Sprache II	Blog	Deutsch; Englisch; Spanisch; sonstige Sprache; mehrsprachig	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie)	<i>H2</i> FF2a, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i>

					FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e <i>H7, H12</i>
Wirtschafts-/Finanzblogtyp	Blog	medienintegriert; unabhängig	Netzwerköffentlichkeit im Internet	Input: Partizipation Inklusivität (Zentrum-Peripherie, Experten-Laien)	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e <i>H12</i>
Einbindung von Social Media-Buttons	Blog	vorhanden; nicht vorhanden	Netzwerköffentlichkeit im Internet	-	FF3c, FF3e
Veröffentlichung von unspezifischen Nutzerstatistiken	Blog	vorhanden; nicht vorhanden	Netzwerköffentlichkeit im Internet	-	FF3c, FF3e
Veröffentlichung von transnationalen Nutzerstatistiken	Blog	vorhanden; nicht vorhanden	Netzwerköffentlichkeit im Internet; Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	-	FF3c, FF3e <i>H10</i>
Weitere Sprachversionen	Blog	vorhanden; nicht vorhanden	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Partizipation, Inklusivität	FF3c, FF3e <i>H10</i>

Transnationale Blogrubriken	Blog	vorhanden; nicht vorhanden	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Partizipation, Inklusivität	FF3c, FF3e <i>H10</i>
Sonstige transnationale Blogmerkmale	Blog	offen erfasst	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Partizipation, Inklusivität	FF3c, FF3e <i>H10</i>
Anzahl Blogger	Blog	offen erfasst	Öfflichkeitstheorie allgemein	-	FF3c, FF3e
Name des/der Blogger <i>(max. die ersten 3)</i>	Blog	offen erfasst	Öffentlichkeit allgemein	-	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d
Geschlecht der Blogger <i>(max. die ersten 3)</i>	Blog	männlich; weiblich	Öffentlichkeit allgemein	Input: Partizipation, Inklusivität	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Organisationsgrad des Bloggers (Einzelblogger/Kollektiv) <i>(max. die ersten 3)</i>	Blog	Einzelperson(en); Kollektiv	Öffentlichkeit allgemein	Input: Partizipation	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e

Professionell journalistischer Hintergrund des Bloggers <i>(max. die ersten 3)</i>	Blog	professionell-journalistisch; nicht professionell-journalistisch	Öffentlichkeit allgemein	Input: Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie, Experten-Laien)	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Akteurstyp des Bloggers** <i>(max. die ersten 3)</i>	Blog	Politischer Akteur; Protestgruppe/soziale Bewegung; Verband/Interessengruppe; Unternehmen/Konzern; Kreditratingagentur; Börsenmakler/Finanzmarktanalyst; Unternehmensberatung; Bank/Finanzinstitut; wissenschaftlicher Akteur; religiöser/kirchlicher Akteur; Einzelperson/einfacher Bürger	Öffentlichkeit allgemein	Input: Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie, Experten-Laien)	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Nationale Zugehörigkeit des Bloggers <i>(max. die ersten 3)</i>	Blog	anhand einer Liste mit 198 Nationencodes	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie)	FF1a, FF1b <i>H1, H3</i> FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e <i>H6, H9</i>

					<i>H11</i>
Wohn-/Standort des Bloggers (max. die ersten 3)	Blog	stimmt mit Nationalität überein; stimmt nicht überein/nicht ersichtlich	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie)	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4</i> FF3c, FF3e <i>H11</i>
Kommunikatorbezogene Variablen					
Anzahl der Verfasser eines Postings	Posting	offen erfasst	Öffentlichkeit allgemein	-	FF3c, FF3e
Übereinstimmung des Verfassers mit Blogger (max. die ersten 3)	Posting	stimmt mit einem der drei bereits codierten Blogger überein; stimmt mit Bloggern überein aber wurde noch nicht codiert; stimmt nicht überein	Netzwerköffentlichkeit im Internet	Input: Partizipation	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Name des Verfassers (max. die ersten 3)	Posting	offen erfasst	Öffentlichkeit allgemein	-	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d
Geschlecht des Verfassers (max. die ersten 3)	Posting	männlich; weiblich	Öffentlichkeit allgemein	Input: Partizipation, Inklusivität	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d

					<i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Organisationsgrad des Verfassers (Einzelverfasser/Kollektiv) (<i>max. die ersten 3</i>)	Posting	Einzelperson(en); Kollektiv	Öffentlichkeit allgemein	Input: Partizipation	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Professionell journalistischer Hintergrund des Verfassers (<i>max. die ersten 3</i>)	Posting	professionell-journalistisch; nicht professionell-journalistisch	Öffentlichkeit allgemein	Input: Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie, Experten-Laien)	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Akteurstyp des Verfassers** (<i>max. die ersten 3</i>)	Posting	Politischer Akteur; Protestgruppe/soziale Bewegung; Verband/Interessengruppe; Unternehmen/Konzern; Kreditratingagentur; Börsenmakler/Finanzmarktanalyst; Unternehmensberatung; Bank/Finanzinstitut; wissenschaftlicher Akteur; religiöser/kirchlicher Akteur; Einzelperson/einfacher Bürger	Öffentlichkeit allgemein	Input: Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie, Experten-Laien; Zivilgesellschaft)	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e

Nationale Zugehörigkeit des Verfassers (<i>max. die ersten 3</i>)	Posting	anhand einer Liste mit 198 Nationencodes	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie)	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e <i>H6, H9</i> <i>H7, H12</i>
Inhaltsbezogene Variablen					
Tags (<i>max. die ersten 3</i>)	Posting	offen erfasst	Netzwerköffentlichkeit im Internet	Input: Politischer Bezug/ Inhaltliche Vielfalt	FF3c, FF3e
Länge des Postings	Posting	offen erfasst	Öffentlichkeit allgemein	-	FF3c, FF3e
Publikationsdatum	Posting	offen erfasst	Öffentlichkeit allgemein	-	FF3c, FF3e
Anzahl der Kommentare	Posting	offen erfasst	Netzwerköffentlichkeit im Internet	Input: Partizipation Throughput: Responsivität	FF3c, FF3e

(Journalistische) Darstellungsform	Posting	Interview; Presseschau/Linksammlung; Lexikonartikel; Serviceartikel; Blog-Di- alog/künstliches Interview; Buchtipps/- besprechungen; sonstige Darstellungs- form	Netzwerköffentlich- keit im Internet	Throughput: Kultiviertheit/ Professionalisierungsgrad	FF3c, FF3e
Meinungsbetonung	Posting	Fünfstufige Skala (tatsachenbetont; eher tatsachenbetont; teils teils/ausgeglichen; eher meinungsbetont; meinungsbetont)	Netzwerköffentlich- keit im Internet	Throughput: Kultiviertheit/ Professionalisierungsgrad	FF3c, FF3e
Sprachliche Qualität	Posting	Fünfstufige Skala (gehobener Stil; eher gehobener Stil; teils teils/ausgeglichen; eher umgangssprachlich; umgangs- sprachlich)	Netzwerköffentlich- keit im Internet	Throughput: Kultiviertheit/ Professionalisierungsgrad/Zi- vilität	FF3c, FF3e
Thematischer Schwerpunkt (1 Hauptthema + bis zu 2 Ne- benthemen)	Posting	81 Themen, verteilt auf die 6 Krisenas- pekte als übergeordnete Themenkatego- rien (Weltwirtschaftskrise; US- amerikanische Immobilien-/Hypotheken- krise; globale Bankenkrise/Krise des globalen Finanzmarktes; Krise der inter- nationalen Realwirtschaft; Staatsschul- denkrise; Krise der Eurozone; sonstiger Themenschwerpunkt)	Transnationale/-kul- turelle Öffentlichkeit	Input: Politischer Bezug/ Inhaltliche Vielfalt	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e

Bewertung des thematischen Schwerpunktes (1 Hauptthema + bis zu 2 Nebenthemen)	Posting	Fünfstufige Skala (negativ/kritisch; eher negativ/kritisch; teils teils; eher positiv; positiv + keine Bewertung erkennbar)	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Throughput: Gegensätzliche Ansichten	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Ereignisanlass	Posting	offen erfasst	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Politischer Bezug/ Inhaltliche Vielfalt	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Konfliktlinie 1: Kapitalismus als richtige/falsche Wirtschaftsordnung	Posting	nicht thematisiert; Position 1: Contra-Kapitalismus/Pro-Alternative Wirtschaftsordnung; Erwähnung ohne eindeutige Positionierung; Position 2: Pro-Kapitalismus/Contra-Alternative Wirtschaftsordnung; beide Positionen gleichermaßen thematisiert	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Inhaltliche Vielfalt Throughput: Gegensätzliche Ansichten	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Begründung für Konfliktlinie 1	Posting	Keine Begründung angegeben; Begründung für Position 1; Begründung für Position 2; Begründungen für beide Positionen	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Throughput: Begründung, deliberative Qualität	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e

Konfliktlinie 2: Austeritäts- vs. Konjunkturpolitik	Posting	nicht thematisiert; Position 1: Pro-Sparen/Pro-Austeritätspolitik/Contra-Konjunkturpolitik; Erwähnung ohne eindeutige Positionierung; Position 2: Pro-Konjunkturpolitik/Contra-Sparen/Contra-Austeritätspolitik; beide Positionen gleichermaßen thematisiert	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Inhaltliche Vielfalt Throughput: Gegensätzliche Ansichten	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Begründung für Konfliktlinie 2	Posting	Keine Begründung angegeben; Begründung für Position 1; Begründung für Position 2; Begründungen für beide Positionen	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Throughput: Begründung, deliberative Qualität	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Konfliktlinie 3: Wirtschaftliche Ungleichheiten als Ursache der Krise: Industrie- vs. Schwellen-/Entwicklungsländer	Posting	nicht thematisiert; Position 1: wirtschaftliche Ungleichheiten als Problem der GWFK; Erwähnung ohne eindeutige Positionierung; Position 2: wirtschaftliche Ungleichheiten sind kein Problem der GWFK; beide Positionen gleichermaßen thematisiert	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Inhaltliche Vielfalt Throughput: Gegensätzliche Ansichten	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e

Begründung für Konfliktlinie 3	Posting	Keine Begründung angegeben; Begründung für Position 1; Begründung für Position 2; Begründungen für beide Positionen	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Throughput: Begründung, deliberative Qualität	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Konfliktlinie 4: Wirtschaftliche Ungleichheiten als Ursache der Krise: nord- (Geberländer) vs. südeuropäische Länder (GIIPS)	Posting	nicht thematisiert; Position 1: wirtschaftliche Ungleichheiten als Problem der GWFK; Erwähnung ohne eindeutige Positionierung; Position 2: wirtschaftliche Ungleichheiten sind kein Problem der GWFK; beide Positionen gleichermaßen thematisiert	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Inhaltliche Vielfalt Throughput: Gegensätzliche Ansichten	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Begründung für Konfliktlinie 4	Posting	Keine Begründung angegeben; Begründung für Position 1; Begründung für Position 2; Begründungen für beide Positionen	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Throughput: Begründung, deliberative Qualität	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Konfliktlinie 5: Abschaffung vs. Erhalt/Rettung der Gemeinschaftswährung (Euro)	Posting	nicht thematisiert; Position 1: Pro-Abschaffung des Euros/Pro-Ausstieg bzw. Ausschluss einzelner Länder aus Währungsunion/Contra-Festhalten am Euro; Erwähnung ohne eindeutige Positionierung; Position 2: Pro-Festhalten am	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Inhaltliche Vielfalt Throughput: Gegensätzliche Ansichten	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e

		Euro/Contra-Abschaffung des Euro/Ausstieg bzw. Ausschluss einzelner Länder aus Währungsunion; beide Positionen gleichermaßen thematisiert			
Begründung für Konfliktlinie 5	Posting	Keine Begründung angegeben; Begründung für Position 1; Begründung für Position 2; Begründungen für beide Positionen	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Throughput: Begründung, deliberative Qualität	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Konfliktlinie 6: Solidarische Maßnahmen gg. die Eurokrise vs. nationale Maßnahmen/Verantwortung	Posting	nicht thematisiert; Position 1: Pro-Solidarische Maßnahmen/Contra-Rein nationale Problemlösungen/Eigenverantwortlichkeit; Erwähnung ohne eindeutige Positionierung; Position 2: Pro-Rein nationale Problemlösungen/Eigenverantwortlichkeit/Contra-Solidarische Maßnahmen; beide Positionen gleichermaßen thematisiert	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Inhaltliche Vielfalt Throughput: Gegensätzliche Ansichten	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Begründung für Konfliktlinie 6	Posting	Keine Begründung angegeben; Begründung für Position 1; Begründung für Position 2; Begründungen für beide Positionen	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Throughput: Begründung, deliberative Qualität	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e

Konfliktlinie 7: Mehr staatliche Regulierung vs. mehr Liberalismus als Lösung der Krise	Posting	nicht thematisiert; Position 1: Pro-Regulierung/Contra-Liberale Lösungsansätze; Erwähnung ohne eindeutige Positionierung; Position 2: Pro-Liberale Lösungsansätze/Contra-Regulierung; beide Positionen gleichermaßen thematisiert	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Inhaltliche Vielfalt Throughput: Gegensätzliche Ansichten	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Begründung für Konfliktlinie 7	Posting	Keine Begründung angegeben; Begründung für Position 1; Begründung für Position 2; Begründungen für beide Positionen	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Throughput: Begründung, deliberative Qualität	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Konfliktlinie 8: Ursache der Finanzkrise in der Gier der Banken/Banker vs. fehlende Regulierung des Finanzmarktes	Posting	nicht thematisiert; Position 1: Gier/Unmoralisches Verhalten der Banker ist Schuld; Erwähnung ohne eindeutige Positionierung; Position 2: Gier/Unmoralisches Verhalten der Banker ist nicht Schuld/fehlende Regulierung; beide Positionen gleichermaßen thematisiert	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Inhaltliche Vielfalt Throughput: Gegensätzliche Ansichten	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Begründung für Konfliktlinie 8	Posting	Keine Begründung angegeben; Begründung für Position 1; Begründung für Position 2; Begründungen für beide Positionen	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Throughput: Begründung, deliberative Qualität	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e

Genannte Institutionen/Organisationen (<i>max. die ersten 3</i>)	Posting	keine genannt; national; international, supranational	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Inhaltliche Vielfalt, Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie)	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3c, FF3e
Genannte Nationen (<i>max. die ersten 3</i>)	Posting	anhand einer Liste mit 195 Nationencodes	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Inhaltliche Vielfalt, Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie)	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i> FF3c, FF3e
Bezug zu klassischer Medienberichterstattung	Posting	kein Bezug; neutraler Bezug; Lob; Kritik; Lob und Kritik	Netzwerköffentlichkeit im Internet	Metadiskurs über Öffentlichkeit	FF3c, FF3e
Sprecherbezogene Variablen					
Anzahl genannter Sprecher	Posting	offen erfasst	Öffentlichkeit allgemein	-	FF3c, FF3e
Name des genannten Sprechers (<i>max. die ersten 3</i>)	Posting	offen erfasst	Öffentlichkeit allgemein	-	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d
Geschlecht des Sprechers (<i>max. die ersten 3</i>)	Posting	männlich; weiblich	Öffentlichkeit allgemein	Input: Partizipation, Inklusivität	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e

Organisationsgrad des Sprechers (Einzelsprecher/Kollektiv) (<i>max. die ersten 3</i>)	Posting	Einzelperson(en); Kollektiv	Öffentlichkeit allgemein	Input: Partizipation	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Professionell journalistischer Hintergrund des Sprechers (<i>max. die ersten 3</i>)	Posting	professionell-journalistisch; nicht professionell-journalistisch	Öffentlichkeit allgemein	Input: Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie, Experten-Laien)	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Akteurstyp des Sprechers ** (<i>max. die ersten 3</i>)	Posting	Politischer Akteur; Protestgruppe/soziale Bewegung; Verband/Interessengruppe; Unternehmen/Konzern; Kreditratingagentur; Börsenmakler/Finanzmarktanalyst; Unternehmensberatung; Bank/Finanzinstitut; wissenschaftlicher Akteur; religiöser/kirchlicher Akteur; Einzelperson/einfacher Bürger	Öffentlichkeit allgemein	Input: Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie, Experten-Laien)	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Nationale Zugehörigkeit des Sprechers (<i>max. die ersten 3</i>)	Posting	anhand einer Liste mit 198 Nationencodes	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie)	FF1a, FF1b <i>H1, H2, H3</i>

					FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e <i>H6, H9</i> <i>H7, H12</i>
Bewertung des Sprechers <i>(max. die ersten 3)</i>	Sprecher	Fünfstufige Skala (negativ/kritisch; eher negativ/kritisch; teils teils; eher positiv; positiv + keine Bewertung erkennbar)	Öffentlichkeit allgemein	Throughput: Zivilität	FF1a, FF1b FF2a, FF2c, FF2d <i>H4</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Linkbezogene Variablen					
Anzahl externer Links	Posting	offen erfasst	Öffentlichkeit allgemein	-	FF3c, FF3e
Bewertung des verlinkten Inhalts <i>(max. die ersten 3)</i>	Linkziel	Fünfstufige Skala (negativ/kritisch; eher negativ/kritisch; teils teils; eher positiv; positiv + keine Bewertung erkennbar)	Öffentlichkeit allgemein	Throughput: Zivilität	FF1a, FF1b FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Name der verlinkten Domain <i>(max. die ersten 3)</i>	Linkziel	offen erfasst	Öffentlichkeit allgemein	Input: Partizipation	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d

					<i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d
Thematischer Schwerpunkt <i>(max. die ersten 3)</i>	Linkziel	kein thematischer Schwerpunkt ersichtlich; Wirtschaft/Finanzen; Politik/Wahlkampf/Parteien; Arbeit/Soziales; Umwelt/Energie/Risiken; Ernährung/Gesundheit; Sport; Sonstiges	Netzwerköffentlichkeit im Internet	Input: Politischer Bezug/ Inhaltliche Vielfalt	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Nationalität der verlinkten Domain <i>(max. die ersten 3)</i>	Linkziel	anhand einer Liste mit 198 Nationencodes	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie)	FF1a, FF1b <i>H1, H3</i> FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e <i>H6, H9</i>
Art der verlinkten Domain <i>(max. die ersten 3)</i>	Linkziel	anderer Wirtschafts-/Finanzblog; anderer Blog; Internetableger einer Nachrichtenagentur; Internetableger einer Tages-/Wochenzeitung; Internetableger einer Zeitschrift; Internetableger eines TV-	Netzwerköffentlichkeit im Internet	Input: Partizipation Throughput: Metadeliberation	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d <i>H4, H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e

		Senders; Internetableger eines Radiosenders; Nur-Internetangebot (Nachrichtenaggregator/Nachrichtenplattform); Bewegtbildplattform; soziales Netzwerk; Microblogging-Dienst; Online-Enzyklopädie; sonstiges Internetangebot			
Verlinkter Wirtschafts-/Finanzblog als Teil des Samples*** (max. die ersten 3)	Linkziel	Teil der Stichprobe; nicht Teil der Stichprobe	Netzwerköffentlichkeit im Internet	Input: Partizipation	FF2a, FF2b, FF2c, FF2d H4, H5 FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Dominierende Sprache der verlinkten Domain (max. die ersten 3)	Linkziel	Deutsch; Englisch; Spanisch; sonstige Sprache; mehrsprachig	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie)	H2 FF2a, FF2b, FF2c, FF2d H5 H7, H12 FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e
Crosslinguale Verlinkung (max. die ersten 3)	Linkziel	interlinguale Verlinkung; intralinguale Verlinkung	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie)	H2 FF2a, FF2c, FF2d H5

					FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e <i>H7, H12</i>
Art der interlingualen Verlinkung**** (max. die ersten 3)	Linkziel	nicht erkennbar; Übersetzung; Zitat, Inklusion; Sonstiges	Transnationale/-kulturelle Öffentlichkeit	Input: Partizipation, Inklusivität (Zentrum-Peripherie) Throughput: Begründung	FF2a, FF2c, FF2d <i>H5</i> FF3a, FF3b, FF3d FF3c, FF3e

*Bei allen geschlossenen Variablen gab es zusätzlich zu den angegebenen Ausprägungen die Ausweichmöglichkeit „unklar“. **Variable wurde nur für nicht-professionell journalistische Akteure erhoben. ***Variable wurde nur für verlinkte Wirtschafts- und Finanzblogs erhoben. ****Variable wurde nur für interlinguale Verlinkungen erhobe

Tabelle A3

Die nationale Zugehörigkeit der Blogs		
Nationalität des Blogs	Häufigkeit	Prozent
USA ¹	50	24,0
Deutschland ^{1,2}	49	23,6
Spanien ^{1,2}	47	22,6
Großbritannien ^{1,2}	23	11,1
Schweiz ¹	6	2,9
International	5	2,4
Argentinien	2	1,0
Chile ¹	2	1,0
Australien ¹	1	0,5
Irland ^{1,2}	1	0,5
Italien ^{1,2}	1	0,5
Kanada ¹	1	0,5
Österreich ^{1,2}	1	0,5
Paraguay	1	0,5
Rumänien ²	1	0,5
Sambia	1	0,5
Gesamt	192	92,3
Keine Nation erkennbar	16	7,7
Gesamt	208	100,0

¹OECD-Länder, ²EU-Mitgliedsländer

Tabelle A4**Die Top-20 der Blogs mit den durchschnittlich meisten Kommentaren je Posting**

Name des Blogs	Name(n) des/der Blogger	Nationalität	Sprache	Durchschnittl. Anzahl Kommentare/Posting
Business Blog ¹ (The Guardian)	The Guardian - Wirtschaftsredaktion	Großbritannien	englisch	407,2
Calculated Risk	McBride, Bill	USA	englisch	295,5
Free Exchange ¹ (The Economist)	Avent, Ryan	USA	englisch	209,1
Robert Reich	Reich, Robert	USA	englisch	168,0
Wissenssicht	Lübberding, Frank; Kröger, Daniel	Deutschland	deutsch	129,3
ContraOpa ¹ (El Mundo)	Segovia, Carlos	Spanien	spanisch	112,0
The Conscience of a Liberal ¹ (New York Times)	Krugman, Paul	USA	englisch	104,0
Finance Blog ¹ (The Telegraph)	Evans-Pritchard, Ambrose; Persson, Mats; Warner, Jeremy	Großbritannien	englisch	95,6
The Money Illusion	Sumner, Scott	USA	englisch	84,3

Never Mind The Markets ¹ (Finanz und Wirtschaft)	Straumann, Tobias; Dittli, Mark; Diem Meier, Markus	Schweiz	deutsch	82,5
Zero Hedge	„Durden, Tyler“ (kollektives Synonym)	International	englisch	75,2
Herdentrieb ¹ (Die Zeit)	Von Heusinger, Robert; Lindner, Fabian; Richter, Uwe	Deutschland	deutsch	69,0
Pensamiento critico ¹ (Publico)	Navarro Lopez, Vicenc	Spanien	spanisch	64,0
El Consejo Editorial ¹ (El Mundo)	Lozano, Vicente	Spanien	spanisch	60,5
Querschuesse	Bogs, Steffen	Deutschland	deutsch	59,5
Economist's View	Thoma, Mark Allen	USA	englisch	52,9
Schumpeter ¹ (The Economist)	Wooldridge, Adrian	Großbritannien	englisch	52,0
The Irish Economy	The Irish Economic Association	Irland	englisch	48,9
Naked Capitalism	Dayen, David; Harrison, Edward; Pilkington, Philip	USA	englisch	48,7
Marginal Revolution	Cowen, Tyler;	USA	englisch	44,7

¹Medienintegrierte Blogs.

Tabelle A5

Die Akteurskategorien der Blogger		
Akteurstyp	Häufigkeit	Prozent
Blogger gesamt	300	100
Professionell-journalistische Akteure	96	32,0
Nicht zuordbar	14	4,7
Nicht-journalistische Akteure gesamt	190	63,3
Politische Akteur/Politische Organisation	6	2,0
(Repräsentant von) Organisation(en) aus der Zivilgesellschaft/Protestgruppe(n)/Bewegungsakteur	6	2,0
(Repräsentant von) Verbänden/Interessengruppe(n)	6	2,0
Wissenschaftlicher Akteur/Organisation/Think Tank	81	27,0
(Repräsentant von) religiöse(n)/kirchliche(n) Organisation(en)	0	0
Einzelperson(en)/einfacher Bürger ohne Hinweise auf eine Profession	30	10,0
<i>Wirtschaftliche Akteure gesamt</i>	<i>61</i>	<i>20,3</i>
(Repräsentant von) Einzelunternehmen/Konzern(en)/Investoren	28	9,3
(Repräsentant von) Kredit-Ratingagentur(en)	0	0
(Repräsentant einer) Börse/Börsenmakler/Finanzmarktanalyst	19	6,3
(Repräsentant einer) Unternehmensberatung	9	3,0
(Repräsentant einer/eines) Bank/Finanzinstituts	5	1,7

Tabelle A6

Die nationale Zugehörigkeit der Blogger		
Nationalität der Blogger	Häufigkeit	Prozent
Spanien ^{1,2}	70	23,3
USA ¹	64	21,3
Deutschland ^{1,2}	63	21,0
Großbritannien ^{1,2}	33	11,0
Schweiz ¹	10	3,3
Kanada ¹	4	1,3
Österreich ^{1,2}	4	1,3
International	4	1,3
Australien ¹	3	1,0
Argentinien	2	0,7
Irland ^{1,2}	2	0,7
Mexiko ¹	2	0,7
Chile ¹	1	0,3
Dänemark ^{1,2}	1	0,3
Israel ¹	1	0,3
Italien ^{1,2}	1	0,3
Paraguay	1	0,3
Rumänien ²	1	0,3
Sambia	1	0,3
Schweden ^{1,2}	1	0,3
Gesamt	269	89,7
Keine Nation erkennbar	31	10,3
Gesamt	300	100,0

¹OECD-Länder, ²EU-Mitgliedsländer.

Tabelle A7

Überblick über die Akteurskategorien der Autoren

Akteurstyp	Häufigkeit	Prozent
Autoren gesamt	405	100
Professionell-journalistische Akteure	230	56,8
Nicht zuordbar	18	4,4
Nicht-journalistische Akteure gesamt	157	38,8
Politische Akteur/Politische Organisation	7	3,0
(Repräsentant von) Organisation(en) aus der Zivilgesellschaft/Protestgruppe(n)/Bewegungsakteur	10	4,3
(Repräsentant von) Verbänden/Interessengruppe(n)	8	3,5
Wissenschaftlicher Akteur/Organisation/Think Tank	99	43,0
(Repräsentant von) religiöse(n)/kirchliche(n) Organisation(en)	0	0
Einzelperson(en)/einfacher Bürger ohne Hinweise auf eine Profession	27	11,7
<i>Wirtschaftliche Akteure gesamt</i>	72	31,3
(Repräsentant von) Einzelunternehmen/Konzern(en)/Investoren	22	9,6
(Repräsentant von) Kredit-Ratingagentur(en)	1	0,4
(Repräsentant einer) Börse/Börsenmakler/Finanzmarktanalyst	23	10,0
(Repräsentant einer) Unternehmensberatung	16	7,0
(Repräsentant einer/eines) Bank/Finanzinstituts	10	4,3
Nicht eindeutig einer nicht-journalistischen Kategorie zuordbar	7	3

Tabelle A8

Überblick über die nationale Zugehörigkeit der Autoren

Nationalität der Autoren	Häufigkeit	Prozent
USA ¹	85	21,0
Spanien ^{1,2}	81	20,0
Deutschland ^{1,2}	73	18,0
Großbritannien ^{1,2}	47	11,6
Irland ^{1,2}	10	2,5
Schweiz ¹	8	2,0
Kanada ¹	5	1,2
International	5	1,2
Österreich ^{1,2}	4	1,0
Argentinien	3	0,7
Australien ¹	3	0,7
Griechenland ^{1,2}	3	0,7
Indien	3	0,7
Chile ¹	2	0,5
Niederlande ^{1,2}	2	0,5
Belgien ^{1,2}	1	0,2
Bosnien und Herzegowina	1	0,2
Volksrepublik China	1	0,2
Dänemark ^{1,2}	1	0,2
Estland ^{1,2}	1	0,2
Frankreich ^{1,2}	1	0,2
Italien ^{1,2}	1	0,2
Südkorea ¹	1	0,2
Mexiko ¹	1	0,2
Neuseeland ¹	1	0,2
Paraguay	1	0,2
Rumänien ²	1	0,2
Sambia	1	0,2
Schweden ^{1,2}	1	0,2
Slowenien ^{1,2}	1	0,2
Südafrika	1	0,2
Venezuela	1	0,2
Gesamt	351	86,7
Keine Nation erkennbar	54	13,3
Gesamt	405	100,0

¹OECD-Länder, ²EU-Mitgliedsländer

Tabelle A9

Verteilung der Hauptthemen der Postings nach Oberkategorien		
Themen-Oberkategorien	Häufigkeit	Prozent
Krise der Eurozone	833	71,3
Globale Bankenkrise/ Krise des globalen Finanzmarktes	60	5,1
Weltwirtschaftskrise allgemein	53	4,5
Globale Staatsschuldenkrise (über Eurozone hinausgehend)	30	2,6
Krise der internationalen Realwirtschaft	12	1,0
US-amerikanische Immobilien- und Hypothekenkrise	3	0,3
Sonstiger Themen- schwerpunkt	159	13,6
Gesamt	1150	98,38
Unklarer Themen- schwerpunkt	19	1,63
Gesamt	1169	100

Tabelle A10

Top-20 der häufigsten Hauptthemen der Postings		
Themenausprägung	Häufigkeit	Prozent
Hilfsmaßnahmen für Spanien	311	26,6
Rettungsmaßnahmen in der EU allgemein (Rettungsschirm)	73	6,2
Krise der Eurozone	70	6,0
Krisenmanagement (Maßnahmen/Erfüllung von Sparauflagen) in Griechenland	57	4,9
Abschaffung/Scheitern des Euros bzw. der Währungsunion	39	3,3
Austritt/Ausschluss einzelner Länder aus der Währungsunion	39	3,3
Einführung von Eurobonds/Schuldenunion	38	3,3
Wirtschaftswachstum (Ab-/Zunahme) in Spanien	38	3,3
Austeritäts-/Sparpolitik, Sparprogramme als Lösung in der EU allgemein	33	2,8
Krisenmanagement (Maßnahmen/Erfüllung von Sparauflagen) in Spanien	27	2,3
Herabstufung von Staaten durch Ratingagenturen	25	2,1
Weltwirtschaftskrise allgemein	20	1,7
Hohe/steigende Staatsverschuldung von EU-Ländern allgemein	14	1,2
Fehlende/mangelhafte Regulierung/Aufsicht der Finanzmärkte/Banken	13	1,1
Staatshilfen für Banken/Finanzinstitute ((Teil-)Verstaatlichung)	13	1,1
Globale/koordinierte Bekämpfung der Weltwirtschaftskrise durch G8/G20	11	0,9
Konjunkturpolitik in der EU allgemein	11	0,9
Austeritäts-/Sparpolitik, Sparprogramme als Lösung	10	0,9
Hilfsmaßnahmen für Zypern	10	0,9
Hilfsmaßnahmen für Italien	10	0,9
Top-20 gesamt	862	73,7
Sonstiger Themenschwerpunkt	159	13,6
Gesamt	1150	98,38
Unklarer Themenschwerpunkt	19	1,63
Gesamt	1169	100

Tabelle A11

Die Ereignisanlässe der Postings		
Ereignisanlass	Häufigkeit	Prozent
Ankündigung/Diskussion/Genehmigung von konkreten Hilfspaketen für Länder	280	24,0
Wahlen	111	9,5
Aussagen/Reden von Politikern/Wirtschaftsakteuren	78	6,7
Veröffentlichung von Wirtschaftsdaten/-indikatoren	61	5,2
Beiträge in klassischen Medienmarken (on- & offline)	54	4,6
Treffen von Politikern	30	2,6
Handlungen von Ratingagenturen	30	2,6
Postings anderer Blogger (exkl. Sample)	18	1,5
Diskussion/Ratifizierung von Rettungsschirmen	13	1,1
Protestaktionen/Demonstrationen	13	1,1
Sonstige Ereignisanlässe	12	1,0
Veröffentlichung politischer Dokumente (Anträge, Gesetzestexte etc.)	10	0,9
Veröffentlichung wissenschaftlicher Studien	10	0,9
Ankündigungen anderer Krisenmaßnahmen außer Hilfspaketen	8	0,7
Veröffentlichungen von Meinungsumfragen (nicht-wissenschaftlich)	6	0,5
Gerichtsverfahren/Anklagen/Anhörungen vor Parlamenten zu Fehlverhalten	5	0,4
Buchveröffentlichung	4	0,3
Postings anderer Blogger (inkl. Sample)	4	0,3
Pressemitteilungen	4	0,3
Konferenzen	3	0,3
Diskussionen/Abstimmungen in Parlamenten	2	0,2
Ausstieg von Ländern aus der Währungsunion	2	0,2
Beiträge in Nur-Internetangeboten	2	0,2
Ereignisanlässe gesamt	760	65,0
Kein Ereignisanlass	409	35,0
Gesamt	1169	100,0

Tabelle A12

Thematisierung und Themenbehandlung: Signifikante Unterschiede zwischen den verschiedenen Sprachräumen und Nationalitäten der Blogs

	Unterschiede zw. Sprachräumen	Unterschiede zw. Nationalitäten
	Cramers-V	
Themen (Oberkategorien)	0,172***	0,255***
Themenbewertung	0,097**	0,167***
Ereignisanlass	0,276***	0,170***
Konfliktlinie 1 (n=60) „Pro vs. Contra das kapitalistische Wirtschaftssystem“ [Ursache der Krise]		
Thematisierung der Konfliktlinie 1	0,086*	0,137**
Positionen zu Konfliktlinie 1	0,100**	0,106**
Begründungen der Positionen zu Konfliktlinie 1	-	-
Konfliktlinie 2 (n=540) „Austeritäts- vs. Konjunkturpolitik“ [Lösung der Krise]		
Thematisierung der Konfliktlinie 2	0,162***	0,159***
Positionen zu Konfliktlinie 2	0,155***	0,134***
Begründungen der Positionen zu Konfliktlinie 2	-	0,157**
Konfliktlinie 3 (n=55) „Wirtschaftliche Ungleichheiten zw. Industrienationen und Schwellen- und Entwicklungsländern“ [Ursache der Krise]		
Thematisierung der Konfliktlinie 3	-	-
Positionen zu Konfliktlinie 3	-	-
Begründungen der Positionen zu Konfliktlinie 3	-	-
Konfliktlinie 4 (n=435) „Wirtschaftliche Ungleichheiten zw. nord- oder mitteleuropäischen Geberländern und den südeuropäischen Krisenstaaten“ [Ursache der Krise]		
Thematisierung der Konfliktlinie 4	0,236***	0,256***
Positionen zu Konfliktlinie 4	0,184***	0,141***

Begründungen der Positionen zu Konfliktlinie 4	0,144*	-
Konfliktlinie 5 (n=380) „Abschaffung der/Ausstieg aus der europäischen Gemeinschaftswährung vs. Fortbestand/Sicherung des Euro“ [Lösung der Krise]		
Thematisierung der Konfliktlinie 5	0,096**	-
Positionen zu Konfliktlinie 5	0,098**	-
Begründungen der Positionen zu Konfliktlinie 5	-	-
Konfliktlinie 6 (n=634) „Solidarische, gemeinsame Maßnahmen der Staatengemeinschaft vs. Alleingänge und Eigenverantwortlichkeit einzelner Nationen“ [Lösung der Krise]		
Thematisierung der Konfliktlinie 6	-	0,161***
Positionen zu Konfliktlinie 6	0,218***	0,169***
Begründungen der Positionen zu Konfliktlinie 6	0,216***	0,221***
Konfliktlinie 7 (n=243) „Mehr staatliche Regulierung vs. freieren Wettbewerb und mehr Vertrauen in die Selbstregulierungskräfte der Märkte“ [Lösung der Krise]		
Thematisierung der Konfliktlinie 7	0,108***	0,130**
Positionen zu Konfliktlinie 7	0,104***	0,093*
Begründungen der Positionen zu Konfliktlinie 7	0,171*	-
Konfliktlinie 8 (n=162) „Gier der Finanzmärkte und Banker vs. Fehlerhafte Systembeschaffenheit (Moral Hazard)“ [Ursache der Krise]		
Thematisierung der Konfliktlinie 8	0,162***	0,197***
Positionen zu Konfliktlinie 8	0,147***	0,124***
Begründungen der Positionen zu Konfliktlinie 8	-	-

*p≤0,05; **p≤0,01; ***p≤0,001.

Grafik A13

Postingaufkommen im Verlauf des Untersuchungszeitraum

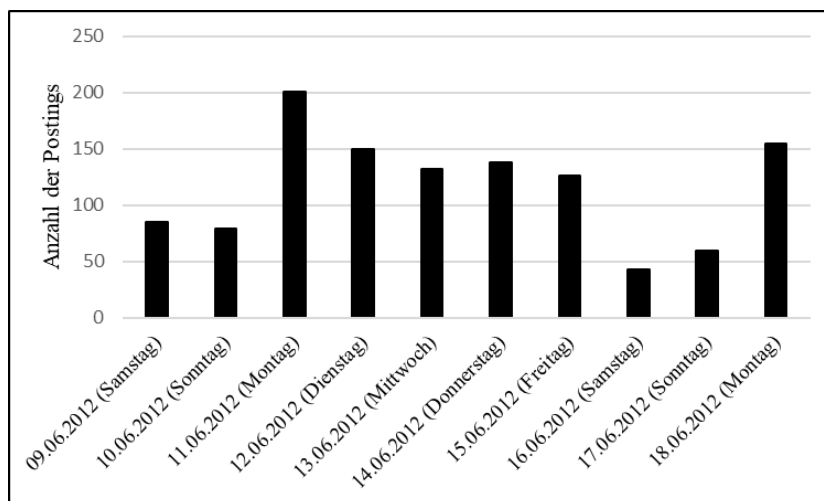


Tabelle A14

Die Akteurskategorien der zitierten Sprecher

Akteurstyp	Häufigkeit	Prozent
Sprecher gesamt	837	100
Professionell-journalistische Akteure	207	24,7
Nicht zuordbar	14	1,7
Nicht-journalistische Akteure gesamt	616	73,6
Politische Akteur/Politische Organisation	203	33,0
(Repräsentant von) Organisation(en) aus der Zivilgesellschaft/Protestgruppe(n)/Bewegungsakteur	12	1,9
(Repräsentant von) Verbänden/Interessengruppe(n)	16	2,6
Wissenschaftlicher Akteur/Organisation/Think Tank	145	23,5
(Repräsentant von) religiöse(n)/kirchliche(n) Organisation(en)	1	0,2
Einzelperson(en)/einfacher Bürger ohne Hinweise auf eine Profession	23	3,7
<i>Wirtschaftliche Akteure gesamt</i>	<i>195</i>	<i>31,6</i>
(Repräsentant von) Einzelunternehmen/Konzern(en)/Investoren	50	8,1
(Repräsentant von) Kredit-Ratingagentur(en)	7	1,1
(Repräsentant einer) Börse/Börsenmakler/Finanzmarktanalyst	42	6,8
(Repräsentant einer) Unternehmensberatung	22	3,6
(Repräsentant einer/eines) Bank/Finanzinstituts	74	12,0
Nicht eindeutig einer nicht-journalistischen Kategorie zuordbar	21	3,4

Tabelle A15

Die nationale Zugehörigkeit der zitierten Sprecher		
Nationalität der Autoren	Häufigkeit	Prozent
USA ¹	218	26,0
Deutschland ^{1,2}	131	15,7
Großbritannien ^{1,2}	106	12,7
Spanien ^{1,2}	93	11,1
Griechenland ^{1,2}	42	5,0
International	41	4,9
Frankreich ^{1,2}	22	2,6
Supranational	15	1,8
Kanada ¹	14	1,7
Italien ^{1,2}	11	1,3
Österreich ^{1,2}	11	1,3
Irland ^{1,2}	10	1,2
Schweiz ¹	9	1,1
Niederlande ^{1,2}	8	1,0
Australien ¹	7	0,8
Argentinien	6	0,7
Belgien ^{1,2}	6	0,7
Volksrepublik China	5	0,6
Portugal ^{1,2}	5	0,6
Chile ¹	3	0,4
Indien	3	0,4
Mexiko ¹	3	0,4
Schweden ^{1,2}	3	0,4
Zypern ²	3	0,4
Dänemark ^{1,2}	2	0,2
Estland ^{1,2}	2	0,2
Finnland ^{1,2}	2	0,2
Island ¹	2	0,2
Japan ¹	2	0,2
Peru	2	0,2
Russland	2	0,2
Slowenien ^{1,2}	2	0,2
Afghanistan	1	0,1

Kenia	1	0,1
Liberia	1	0,1
Luxemburg ^{1,2}	1	0,1
Malaysia	1	0,1
Neuseeland ¹	1	0,1
Nigeria	1	0,1
Ungarn ^{1,2}	1	0,1
Gesamt	799	95,5
Keine Nation erkennbar	38	4,5
Gesamt	837	100

¹OECD-Länder, ²EU-Mitgliedsländer.

Tabelle A16

Top-25 der zitierten Sprecher (n=1849)

Name des Sprechers	Häufigkeit seiner Zitierung	Sprachraum-zugehörigkeit	Nationalität	Einzelakteur vs. Kollektiv	Geschlecht	Akteurstyp ¹	
						Journalistischer Akteur	Nicht-journalistischer Akteur
Rajoy, Mariano	72 (3,9%)	Span.-Spr.	Spanien	Einzelakteur	männlich	-	Politik
Merkel, Angela	44 (2,4%)	Dt.-Spr.	Deutschland	Einzelakteur	weiblich	-	Politik
Bloomberg	43 (2,3%)	Mehrspr.	International	Kollektiv	-	journalistisch	-
De Guindos, Luis	38 (2,1%)	Span.-Spr.	Spanien	Einzelakteur	männlich	-	Politik
Euro-Gruppe	35 (1,9%)	Mehrspr.	Supranational	Kollektiv	-	-	Politik
IWF	34 (1,8%)	Mehrspr.	International	Kollektiv	-	-	Politik
The Wall Street Journal	29 (1,6%)	Engl.-Spr.	USA	Kollektiv	-	journalistisch	-
Krugman, Paul	28 (1,5%)	Engl.-Spr.	USA	Einzelakteur	männlich	-	-
Financial Times	24 (1,3%)	Engl.-Spr.	Großbritannien	Kollektiv	-	journalistisch	-
Reuters	23 (1,2%)	Mehrspr.	International	Kollektiv	-	journalistisch	-
Schäuble, Wolfgang	17 (0,9%)	Dt.-Spr.	Deutschland	Einzelakteur	männlich	-	Politik
Lagarde, Christine	16 (0,9%)	Andersspr. ²	Frankreich	Einzelakteur	weiblich	-	Politik

Moody's	14 (0,8%)	Engl.-Spr.	USA	Kollektiv	-	-	Kreditratingagentur
Draghi, Mario	13 (0,7%)	Andersspr. ²	Italien	Einzelakteur	männlich	-	Politik
Roubini, Nouriel	13 (0,7%)	Engl.-Spr.	USA	Einzelakteur	männlich	-	Wissenschaft
Die spanische Regierung	12 (0,6%)	Span.-Spr.	Spanien	Kollektiv	-	-	Politik
Barroso, Jose Manuel	11 (0,6%)	Andersspr. ²	Portugal	Einzelakteur	männlich	-	Politik
Europäische Kommission	11 (0,6%)	Mehrspr.	Supranational	Kollektiv	-	-	Politik
Zero Hedge	11 (0,6%)	Mehrspr.	International	Kollektiv	-	-	Börse/Finanzmarkt-analyse
Bernanke, Ben	10 (0,5%)	Engl.-Spr.	USA	Einzelakteur	männlich	-	Politik
Juncker, Jean-Claude	10 (0,5%)	Dt.-Spr.	Luxemburg	Einzelakteur	männlich	-	Politik
King, Mervyn Allister Sir	10 (0,5%)	Engl.-Spr.	Großbritannien	Einzelakteur	männlich	-	Politik
Samaras, Antonis	10 (0,5%)	Andersspr. ²	Griechenland	Einzelakteur	männlich	-	Politik
Sinn, Hans-Werner	10 (0,5%)	Dt.-Spr.	Deutschland	Einzelakteur	männlich	-	Wissenschaft
The Economist	10 (0,5%)	Engl.-Spr.	Großbritannien	Kollektiv	-	journalistisch	-

¹Die beiden Kategorien zum Akteurstyp schlossen sich gegenseitig aus.

²Die Sprachraumzugehörigkeit wurde aus der Perspektive der drei für die Studie relevanten Sprachen definiert.

Tabelle A17**Überblick über die Angebotstypen der verlinkten Websites**

Angebotstypen	Häufigkeit	Prozent
Sonstiges Internetangebot	163	33,4
Wirtschafts- und Finanzblog	105	21,5
Nachrichtenaggregator/-plattform	67	13,7
Internetableger einer Tages-/ Wochenzeitung	57	11,7
Anderer Blog (≠ Wirtschafts- und Finanzblog)	33	6,8
Internetableger einer Zeitschrift	31	6,4
Internetableger eines/ mehrer TV- Sender	13	2,7
Internetableger einer Nachrichten- agentur	9	1,8
Internetableger eines/ mehrer Radio- Sender	3	0,6
Online-Enzyklopädie	3	0,6
Videoplattform	1	0,2
Soziales Netzwerk	1	0,2
Microblogging-Dienst	1	0,2
Gesamt	487	99,8
Nicht eindeutig zuordbar	1	0,2
Gesamt	488	100

Tabelle A18

Die thematischen Schwerpunkte der verlinkten Websites

Themat. Schwerpkt.	Häufigkeit	Prozent
Wirtschaft und Finanzen	246	50,4
Kein eindeutiger thematischer Schwerpunkt	157	32,2
Politik/Wahlkampf/Parteien	57	11,7
Sonstiges	17	3,5
Ernährung/Gesundheit	3	0,6
Arbeit und Soziales	2	0,4
Umwelt/Energie/Risiken	2	0,4
Sport	2	0,4
Gesamt	486	99,6
Nicht eindeutig zuordbar	2	0,4
Gesamt	488	100

Tabelle A19

Die nationale Zugehörigkeit der verlinkten Websites		
Nationalität der Websites	Häufigkeit	Prozent
USA ¹	157	32,2
Deutschland ^{1,2}	88	18,0
Spanien ^{1,2}	79	16,2
International	46	9,4
Großbritannien ^{1,2}	37	7,6
Irland ^{1,2}	9	1,8
Supranational	9	1,8
Kanada ¹	8	1,6
Schweiz ¹	8	1,6
Griechenland ^{1,2}	7	1,4
Italien ^{1,2}	6	1,2
Österreich ^{1,2}	6	1,2
Australien ¹	4	0,8
Indien	4	0,8
Niederlande ^{1,2}	3	0,6
Argentinien	2	0,4
Frankreich ^{1,2}	2	0,4
Island ¹	2	0,4
Russland	2	0,4
Belgien ^{1,2}	1	0,2
Mexiko ¹	1	0,2
Slowenien ^{1,2}	1	0,2
Gesamt	482	98,8
Keine Nation erkennbar	6	1,2
Gesamt	488	100

¹OECD-Länder, ²EU-Mitgliedsländer

Tabelle A20

Top-25 der verlinkten Websites (n=1.454)

Name der Website	Häufigkeit ihrer Verlinkung	Sprachraumzugehörigkeit	Nationalität	Thematischer Schwerpunkt	Art der Website
Bloomberg.com	73 (5,0%)	Engl.-spr.	USA	Kein eindeutiger Schwerpkt.	Internetabl. einer Nachrichtenagentur
FinancialTimes.com	53 (3,7%)	Engl.-spr.	Großbritannien	Wirtschaft und Finanzen	Internetabl. einer Tages-/Wochenzeitung
TheNewYorkTimes.com	44 (3,0%)	Engl.-spr.	USA	Kein eindeutiger Schwerpkt.	Internetabl. einer Tages-/Wochenzeitung
ElPais.com	43 (3,0%)	Span.-spr.	Spanien	Kein eindeutiger Schwerpkt.	Internetabl. einer Tages-/Wochenzeitung
Reuters (US Edition)	41 (2,8%)	Engl.-spr.	USA	Kein eindeutiger Schwerpkt.	Internetabl. einer Nachrichtenagentur
TheWallStreetJournal.com	33 (2,3%)	Engl.-spr.	USA	Wirtschaft und Finanzen	Internetabl. einer Tages-/Wochenzeitung
Handelsblatt.com	30 (2,1%)	Dt.-spr.	Deutschland	Wirtschaft und Finanzen	Internetabl. einer Tages-/Wochenzeitung
Die Wikipedia (Spanische Version)	27 (1,9%)	Span.-spr.	International	Kein eindeutiger Schwerpkt.	Online-Enzyklopädie
TheGuardian.com	25 (1,7%)	Engl.-spr.	Großbritannien	Kein eindeutiger Schwerpkt.	Internetabl. einer Tages-/Wochenzeitung
Spiegel Online	23 (1,6%)	Dt.-spr.	Deutschland	Kein eindeutiger Schwerpkt.	Internetabl. einer Zeitschrift
Twitter	23 (1,6%)	Mehrspr.	International	Kein eindeutiger Schwerpkt.	Microblogging-Dienst

FrankfurterAllgemeine Zeitung.net	18 (1,2%)	Dt.-spr.	Deutschland	Kein eindeutiger Schwerpkt.	Internetabl. einer Tages-/Wochenzeitung
The Conscience of a Liberal	18 (1,2%)	Engl.-spr.	USA	Wirtschaft und Finanzen	Wirtschafts- und Finanzblog
IWF	17 (1,2%)	Mehrspr	International	Wirtschaft und Finanzen	Sonstiges Internetangebot
FTAlphaville	16 (1,1%)	Engl.-spr.	Großbritannien	Wirtschaft und Finanzen	Wirtschafts- und Finanzblog
Deutsche Wirtschafts Nachrichten	15 (1,0%)	Dt.-spr.	Deutschland	Wirtschaft und Finanzen	Nachrichtenaggregator/-plattform
Die Wikipedia (Englische Version)	15 (1,0%)	Engl.-spr.	International	Kein eindeutiger Schwerpkt.	Online-Enzyklopädie
ElMundo.es	14 (1,0%)	Span.-spr.	Spanien	Wirtschaft und Finanzen	Internetabl. einer Tages-/Wochenzeitung
Zero Hedge	14 (1,0%)	Engl.-spr.	International	Wirtschaft und Finanzen	Wirtschafts- und Finanzblog
DieWelt.de	13 (0,9%)	Dt.-spr.	Deutschland	Kein eindeutiger Schwerpkt.	Internetabl. einer Tages-/Wochenzeitung
VoxEU (CEPR)	13 (0,9%)	Engl.-spr.	Großbritannien	Wirtschaft und Finanzen	Sonstiges Internetangebot
YouTube	13 (0,9%)	Mehrspr	International	Kein eindeutiger Schwerpkt.	Videoplattform
Europäischer Rat	12 (0,8%)	Mehrspr	Supranational	Politik	Sonstiges Internetangebot
BBC.com	10 (0,7%)	Engl.-spr.	Großbritannien	Kein eindeutiger Schwerpkt.	Internetabl. eines TV-Senders
Business Insider (US Edition)	10 (0,7%)	Engl.-spr.	USA	Wirtschaft und Finanzen	Nachrichtenaggregator/-plattform

Tabelle A21

Top-25 der codierten Institutionen/Organisationen (n=2263)

Namen der Institution/Organisation	Häufigkeit ihrer Co-dierung	Politikebene
EU	224 (10,0%)	supranational
EZB	197 (8,7%)	supranational
IWF	149 (6,6%)	international
Spanische Regierung	138 (6,1%)	national
ESM	113 (5,0%)	supranational
EFSF	75 (3,3%)	supranational
Fed	74 (3,3%)	national
Syriza (Griechenland)	71 (3,1%)	national
Nea Dimokratia (Griechenland)	67 (3,0%)	national
Spanischer Ministerpräsident	58 (2,6%)	national
FROB (Spanien)	50 (2,2%)	national
Euro-Gruppe	45 (2,0%)	supranational
Europäische Kommission	41 (1,8%)	supranational
Troika	40 (1,8%)	international
Deutsche Bundeskanzlerin	38 (1,7%)	national
Panhellenic Socialist Movement (PASOK)(Griechenland)	32 (1,4%)	national
Deutsche Bundesregierung	27 (1,2%)	national
G20	26 (1,2%)	international
Banco de Espana (BDE)	25 (1,1%)	national
Spanischer Minister für Wirtschaft und Wettbewerbsfähigkeit	22 (1,0%)	national
Deutsche Bundesbank	20 (0,9%)	national
US-Regierung	19 (0,8%)	national
Bank of England (BoE)	18 (0,8%)	national
Deutscher Bundestag	16 (0,7%)	national
Spanischer Minister für Finanzen und öffentliche Verwaltung	16 (0,7%)	national

Tabelle 22

Codierte Bezugnahmen auf Institutionen/Organisationen unterschiedlicher Politikebenen nach Sprachraumzugehörigkeit der Blogs (n=2262)

Institutionen/Organisationen				
Sprachraum	National	Inter-national	Supra-national	Gesamt
deutschsprachige Blogs	326 (55%)	57 (9,6%)	210 (35,4%)	593 (100,0%)
englischsprachige Blogs	509 (54,5%)	104 (11,1%)	321 (34,4%)	934 (100,0%)
spanischsprachige Blogs	366 (49,8%)	127 (17,3%)	242 (32,9%)	735 (100,0%)
Gesamt	1201 (53,1%)	288 (12,7%)	773 (34,2%)	2262 (100,0%)

Tabelle 23

Codierte Bezugnahmen auf Institutionen/Organisationen unterschiedlicher Politikebenen nach nationaler Zugehörigkeit der Blogs¹ (eindeutig) (n=1875)

Institutionen/Organisationen				
Nation	National	Inter-national	Supra-national	Gesamt
Deutsche Blogs	184 (55,6%)	36 (10,9%)	111 (33,5%)	331 (100,0%)
Schweizerische Blogs	31 (49,2%)	7 (11,1%)	25 (39,7%)	63 (100,0%)
Spanische Blogs	277 (48,9%)	96 (16,9%)	194 (34,2%)	567 (100,0%)
US-amerikanische Blogs	289 (61,0%)	49 (10,3%)	136 (28,7%)	474 (100,0%)
Britische Blogs	145 (52,3%)	30 (10,8%)	102 (36,8%)	277 (100,0%)
Internationale Blogs	66 (40,5%)	23 (14,1%)	74 (45,4%)	163 (100,0%)
Gesamt	992 (52,9%)	241 (12,9%)	642 (34,2%)	1875 (100,0%)

Chi2=36,195, df=10, p<0,000, Cramers V=0,098, p<0,000. ¹Es wurden nur diejenigen Nationen berücksichtigt, die mit mindestens 5 Blogs in der Stichprobe vertreten sind (n=5 Nationen + International).

Tabelle 24

Top-25 der zitierten politischen Sprecher (n=705)

Namen der politischen Sprecher	Häufigkeit ihrer Codierung	Politikebene
Rajoy, Mariano	72 (10,2%)	national
Merkel, Angela	44 (6,2%)	national
De Guindos, Luis	38 (5,4%)	national
Euro-Gruppe	35 (5,0%)	supranational
IWF	34 (4,8%)	international
Schäuble, Wolfgang	17 (2,4%)	national
Lagarde, Christine	16 (2,3%)	international
Draghi, Mario	13 (1,8%)	supranational
Die spanische Regierung	12 (1,7%)	national
Barroso, Jose Manuel	11 (1,6%)	supranational
Europäische Kommission	11 (1,6%)	supranational
Bernanke, Ben	10 (1,4%)	national
Juncker, Jean-Claude	10 (1,4%)	national
King, Mervyn Allister Sir	10 (1,4%)	national
Samaras, Antonis	10 (1,4%)	national
Tsipras, Alexis	10 (1,4%)	national
EZB	9 (1,3%)	supranational
Monti, Mario	9 (1,3%)	national
Montoro Romero, Cristobal Ricardo	9 (1,3%)	national
Osborne, George	9 (1,3%)	national
Farage, Nigel	8 (1,1%)	national
Rodriguez Zapatero, Jose Luis	8 (1,1%)	national
Shiarly, Vassos	8 (1,1%)	national
Banco de Espana	7 (1,0%)	national
Rehn, Olli Ilmari	7 (1,0%)	supranational

Tabelle 25

**Anzahl der zitierten politischen Sprecher unterschiedlicher Politik-
ebenen nach der Sprachraumzugehörigkeit der Blogs (n=705)**

Zitierte politische Sprecher				
Sprachraum	National	Inter- national	Supra- national	Gesamt
deutschspra- chige Blogs	111 (87,4%)	10 (7,9%)	6 (4,7%)	127 (100,0%)
englischspra- chige Blogs	209 (79,5%)	21 (8,0%)	33 (12,5%)	263 (100,0%)
spanischspra- chige Blogs	238 (76,0%)	30 (9,6%)	45 (14,4%)	313 (100,0%)
Gesamt	558 (79,4%)	61 (8,7%)	84 (11,9%)	703 (100,0%)

Chi²=9,178, df=4, p<0,057, Cramers V=0,081, p<0,057.

Tabelle 26

**Anzahl der zitierten politischen Sprecher unterschiedlicher Politik-
ebenen nach nationaler Zugehörigkeit der Blogs¹ (eindeutig) (n=523)**

Zitierte politische Sprecher				
Nation	National	Inter- national	Supra- national	Gesamt
Deutsche Blogs	52 (98,1%)	0 (0%)	1 (1,9%)	53 (100,0%)
Schweizerische Blogs	12 (80%)	1 (6,7%)	2 (13,3%)	15 (100,0%)
Spanische Blogs	189 (75,3%)	26 (10,4%)	36 (14,3%)	251 (100,0%)
US- amerikanische Blogs	110 (82,7%)	13 (9,8%)	10 (7,5%)	133 (100,0%)
Britische Blogs	56 (78,9%)	2 (2,8%)	13 (18,3%)	71 (100,0%)
Internationale Blogs	38 (73,1%)	5 (9,6%)	9 (17,3%)	52 (100,0%)
Gesamt	457 (79,5%)	47 (8,2%)	71 (12,3%)	575 (100,0%)

Chi²=23,304, df=10, p<0,010, Cramers V=0,142, p<0,010. ¹Es wurden nur diejenigen Nationen berücksichtigt, die mit mindestens 5 Blogs in der Stichprobe vertreten sind (n=5 Nationen + International).

Tabelle 27

Top-25 der verlinkten politischen Websites (n=780)

Namen der politischen Website	Häufigkeit ihrer Codierung	Politikebene
FinancialTimes.com	53 (6,8%)	national
TheWallStreetJournal.com	33 (4,2%)	national
Handelsblatt.com	30 (3,9%)	national
The Conscience of a liberal	18 (2,3%)	national
IWF	17 (2,2%)	international
FTAlphaVille	16 (2,1%)	national
Deutsche Wirtschafts Nachrichten	15 (1,9%)	national
Zero Hedge	14 (1,8%)	international
VoxEU (CEPR)	13 (1,7%)	national
Europäischer Rat	12 (1,5%)	supranational
Business Insider (US Edition)	10 (1,3%)	national
Project-Syndicate.org	10 (1,3%)	international
ElEconomista.es	8 (1,0%)	national
EZB	8 (1,0%)	supranational
FinancialTimesDeutschland.com	8 (1,0%)	national
MNINews	8 (1,0%)	international
El Blog Salmon	7 (0,9%)	national
European Financial Stability Facility (EFSF)	7 (0,9%)	supranational
Federal Reserve	7 (0,9%)	national
CincoDias.com	6 (0,8%)	national
Deutscher Bundestag	6 (0,8%)	national
Fondo de reestructuración ordenada bancaria (FROB)	6 (0,8%)	national
Intrade.com	6 (0,8%)	national
Macro Business Australia	6 (0,8%)	national
Moody's	6 (0,8%)	national

Tabelle 28

Anzahl der verlinkten politischen Websites unterschiedlicher Politik-ebenen nach Sprachraumzugehörigkeit der Blogs (n=778)

Verlinkte politische Websites				
Sprachraum	National	International	Supra-national	Gesamt
deutschsprachige Blogs	218 (96,9%)	7 (3,1%)	0 (0%)	225 (100%)
englischsprachige Blogs	321 (83,4%)	43 (11,2%)	21 (5,5%)	385 (100%)
spanischsprachige Blogs	127 (75,6%)	24 (14,3%)	17 (10,1%)	168 (100%)
Gesamt	666 (85,6%)	74 (9,5%)	38 (4,9%)	778 (100%)

Chi²=41,036, df=4, p<0,000, Cramers V=0,162, p<0,000.

Tabelle 29

Anzahl der verlinkten politischen Websites unterschiedlicher Politik-ebenen nach nationaler Zugehörigkeit der Blogs¹ (eindeutig) (n=670)

Verlinkte politische Websites				
Nation	National	International	Supra-national	Gesamt
Deutsche Blogs	127 (96,2%)	5 (3,8%)	0 (0,0%)	132 (100,0%)
Schweizerische Blogs	31 (93,9%)	2 (6,1%)	0 (0,0%)	33 (100,0%)
Spanische Blogs	101 (79,5%)	18 (14,2%)	8 (6,3%)	127 (100,0%)
US-amerikanische Blogs	221 (89,1%)	21 (8,5%)	6 (2,4%)	248 (100,0%)
Britische Blogs	66 (71,7%)	15 (16,3%)	11 (12,0%)	92 (100,0%)
Internationale Blogs	27 (71,1%)	7 (18,4%)	4 (10,5%)	38 (100,0%)
Gesamt	573 (85,5%)	68 (10,1%)	29 (4,3%)	670 (100,0%)

Chi²=46,549, df=10, p<0,000, Cramers V=0,186, p<0,000. ¹Es wurden nur diejenigen Nationen berücksichtigt, die mit mindestens 5 Blogs in der Stichprobe vertreten sind (n=5 Nationen + International).

Tabelle 30

Überblick über die Zusammenhangsmaße zwischen der nationalen und der Sprachraumzugehörigkeit der Blogs und den Indikatoren der Dimension Beobachtung des Regierens

	Sprachräume im Vergleich	Nationalitäten im Vergleich
	Cramers-V	
Bezugnahmen auf politische Institutionen und Organisationen	0,068***	0,098***
Zitierung politischer Sprecher	-	0,142**
Verlinkung politischer Websites	0,162***	0,186***

*p≤0,05; **p≤0,01; ***p≤0,001.

Tabelle 31

Top-25 der häufigsten primären geografischen Bezugnahmen (n=2327)

Nation	Häufigkeit ihrer Codierung
Spanien ^{1,2}	626 (26,9%)
Griechenland ^{1,2}	464 (19,9%)
Deutschland ^{1,2}	264 (11,4%)
USA ¹	163 (7,0%)
Italien ^{1,2}	152 (6,5%)
Irland ^{1,2}	119 (5,1%)
Portugal ^{1,2}	85 (3,7%)
Großbritannien ^{1,2}	73 (3,1%)
Frankreich ^{1,2}	60 (2,6%)
Volksrepublik China	55 (2,4%)
Japan	23 (1,0%)
Niederlande ^{1,2}	19 (0,8%)
Zypern ²	19 (0,8%)
Mexiko ¹	17 (0,7%)
Lettland ^{1,2}	16 (0,7%)
Finnland ^{1,2}	15 (0,7%)
Österreich ^{1,2}	13 (0,6%)
Uganda	10 (0,4%)
Brasilien	9 (0,4%)
Estland ^{1,2}	9 (0,4%)
Island ¹	9 (0,4%)
Schweiz ¹	8 (0,3%)
Argentinien	7 (0,3%)
Australien ¹	7 (0,3%)
Indien	7 (0,3%)

¹OECD-Länder, ²EU-Mitgliedsländer.

Tabelle 32

Primäre geografische Bezugnahmen differenziert in Abhängigkeit der Sprachraumzugehörigkeit des Blogs (n=2169)

Sprachraum	Primäre geografische Bezugnahme		Gesamt
	National (Eigen)	National (Fremd)	
deutschsprachige Blogs	61 (10,7%)	507 (89,3%)	568 (100,0%)
englischsprachige Blogs	103 (9,6%)	975 (90,4%)	1078 (100,0%)
spanischsprachige Blogs	211 (40,3%)	312 (59,7%)	523 (100,0%)
Gesamt	375 (17,3%)	1794 (82,7%)	2169 (100,0%)

Chi²=256,537, df=2, p<0,000, Cramers V=0,344, p<0,000.

Tabelle 33

Primäre geografische Bezugnahmen in Abhängigkeit der Nationalität der Blogs¹ (eindeutig) (n=1969)

Nation	Primäre geografische Bezugnahme		Gesamt
	National (Eigen)	National (Fremd)	
Deutsche Blogs	60 (16,9%)	295 (83,1%)	355 (100,0%)
Schweizerische Blogs	0 (0,0%)	56 (100,0%)	56 (100,0%)
Spanische Blogs	211 (42,2%)	289 (57,8%)	500 (100,0%)
US-amerikanische Blogs	69 (12,0%)	508 (88,0%)	577 (100,0%)
Britische Blogs	27 (9,9%)	247 (90,1%)	274 (100,0%)
Internationale Blogs	0 (0,0%)	207 (100,0%)	207 (100,0%)
Gesamt	367 (18,6%)	1602 (81,4%)	1969 (100,0%)

Chi²=274,912, df=5, p<0,000, Cramers V=0,374, p<0,000. ¹Es wurden nur diejenigen Nationen berücksichtigt, die mit mindestens 5 Blogs in der Stichprobe vertreten sind (n=5 Nationen + International).

Tabelle 34

Nationalität der zitierten Sprecher in Abhängigkeit der Sprachraumzugehörigkeit des Blogs (n=1708)

Sprachraum	National (Eigen)	National (Fremd)	International	Supranational	Gesamt
deutschsprachige Blogs	119 (32,2%)	219 (59,2%)	26 (7,0%)	6 (1,6%)	370 (100,0%)
englischsprachige Blogs	308 (35,0%)	439 (49,9%)	97 (11,0%)	36 (4,1%)	880 (100,0%)
spanischsprachige Blogs	210 (45,9%)	155 (33,8%)	51 (11,1%)	42 (9,2%)	458 (100,0%)
Gesamt	637 (37,3%)	813 (47,6%)	174 (10,2%)	84 (4,9%)	1708 (100,0%)

Chi²=73,337, df=6, p<0,000, Cramers V=0,147, p<0,000.

Tabelle A35

Nationalität der zitierten Sprecher in Abhängigkeit der nationalen Zugehörigkeit des Blogs (n=1535)

Nationalität der zitierten Sprecher					
Nation	National (Eigen)	National (Fremd)	International	Supranational	Gesamt
Deutsche Blogs	115 (56,4%)	78 (38,2%)	10 (4,9%)	1 (0,5%)	204 (100,0%)
Schweizerische Blogs	0 (0,0%)	37 (84,1%)	5 (11,4%)	2 (4,5%)	44 (100,0%)
Spanische Blogs	205 (48,8%)	142 (33,8%)	40 (9,5%)	33 (7,9%)	420 (100,0%)
US-amerikanische Blogs	230 (45,9%)	210 (41,9%)	48 (9,6%)	13 (2,6%)	501 (100,0%)
Britische Blogs	73 (37,1%)	97 (49,2%)	14 (7,1%)	13 (6,6%)	197 (100,0%)
Internationale Blogs	0 (0,0%)	126 (74,6%)	34 (20,1%)	9 (5,3%)	169 (100,0%)
Gesamt	623 (40,6%)	690 (45,0%)	151 (9,8%)	71 (4,6%)	1535 (100,0%)

Chi²=221,711, df=15, p<0,000, Cramers V=0,219, p<0,000

Tabelle 36

Nationalität der verlinkten Websites in Abhängigkeit der Sprachraumzugehörigkeit des Blogs (n=1375)

Sprachraum	Nationalität der verlinkten Website				Gesamt
	National (Eigen)	National (Fremd)	Inter-national	Supranational	
deutschsprachige Blogs	187 (53,0%)	143 (40,5%)	22 (6,2%)	1 (0,3%)	353 (100,0%)
englischsprachige Blogs	351 (49,1%)	247 (34,5%)	92 (12,9%)	25 (3,5%)	715 (100,0%)
spanischsprachige Blogs	167 (54,4%)	39 (12,7%)	86 (28,0%)	15 (4,9%)	307 (100,0%)
Gesamt	705 (51,3%)	429 (31,2%)	200 (14,5%)	41 (3,0%)	1375 (100,0%)

Chi²=116,910, df=6, p<0,000, Cramers V=0,206, p<0,000.

Tabelle 37

Nationalität der verlinkten Websites in Abhängigkeit der nationalen Zugehörigkeit des Blogs (n=1257)

Nation	Nationalität der verlinkten Website				Gesamt
	National (Eigen)	National (Fremd)	Inter-national	Supranational	
Deutsche Blogs	185 (72,8%)	53 (20,9%)	15 (5,9%)	1 (0,4%)	254 (100,0%)
Schweizerische Blogs	2 (4,5%)	38 (86,4%)	4 (9,1%)	0 (0,0%)	44 (100,0%)
Spanische Blogs	167 (64,7%)	38 (14,7%)	47 (18,2%)	6 (2,3%)	258 (100,0%)
US-amerikanische Blogs	292 (65,2%)	107 (23,9%)	41 (9,2%)	8 (1,8%)	448 (100,0%)
Britische Blogs	53 (30,6%)	71 (41,0%)	36 (20,8%)	13 (7,5%)	173 (100,0%)
Internationale Blogs	0 (0,0%)	61 (76,3%)	15 (18,8%)	4 (5,0%)	80 (100,0%)
Gesamt	699 (55,6%)	368 (29,3%)	158 (12,6%)	32 (2,5%)	1257 (100,0%)

Chi²=313,361, df=15, p<0,000, Cramers V=0,288, p<0,000.

Tabelle 38

Überblick über die Zusammenhangsmaße zwischen der nationalen und der Sprachraumzugehörigkeit der Blogs und der Dimension Diskursive Integration bzw. Vernetzung

	Sprachräume im Vergleich	Nationalitäten im Vergleich
Cramers-V		
Geografische Bezugnahmen	0,344***	0,374***
Zitierung Sprecher	0,147***	0,219***
Verlinkung Websites	0,206***	0,288***

* $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$; *** $p \leq 0,001$.

Tabelle A39

Permutationstests der E-I-Indizes der Sprecher-Netzwerke der verschiedenen Nationen¹ im Vergleich

	Obs	Min	Avg	Max	SD	p \geq Ob	p \leq Ob
Deutsche Blogs							
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>							
Internal	0,604	0,272	0,490	0,649	0,057	0,011	0,992
External	0,396	0,351	0,510	0,728	0,057	0,992	0,011
E-I-Index	-0,208	-0,297	0,019	0,455	0,113	0,992	0,011
<i>Nationalität</i>							
Internal	0,535	0,168	0,374	0,569	0,059	0,001	0,999
External	0,465	0,431	0,626	0,832	0,059	0,999	0,001
E-I-Index	-0,069	-0,139	0,253	0,663	0,117	0,999	0,001
<i>Professionell-journalistischer Hintergrund</i>							
Internal	0,460	0,356	0,530	0,663	0,042	0,944	0,066
External	0,540	0,337	0,470	0,644	0,042	0,066	0,944
E-I-Index	0,079	-0,327	-0,060	0,287	0,085	0,066	0,944
Schweizerische Blogs							
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>							
Internal	0,081	0,054	0,336	0,595	0,089	1,000	0,003
External	0,919	0,405	0,664	0,946	0,089	0,003	1,000
E-I-Index	0,838	-0,189	0,327	0,892	0,178	0,003	1,000
<i>Nationalität</i>							
Internal	0,000	0,000	0,148	0,405	0,079	1,000	0,026
External	1,000	0,595	0,852	1,000	0,079	0,026	1,000
E-I-Index	1,000	0,189	0,704	1,000	0,158	0,026	1,000
<i>Professionell-journalistischer Hintergrund</i>							
Internal	0,568	0,081	0,698	0,892	0,143	0,810	0,228
External	0,432	0,108	0,302	0,919	0,143	0,228	0,810
E-I-Index	-0,135	-0,784	-0,396	0,838	0,286	0,228	0,810
Spanische Blogs							
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>							
Internal	0,415	0,184	0,323	0,484	0,041	0,014	0,988
External	0,585	0,516	0,677	0,816	0,041	0,988	0,014
E-I-Index	0,169	0,033	0,353	0,632	0,081	0,988	0,014
<i>Nationalität</i>							
Internal	0,404	0,053	0,236	0,439	0,051	0,002	0,999

External	0,596	0,561	0,764	0,947	0,051	0,999	0,002
E-I-Index	0,193	0,122	0,528	0,893	0,102	0,999	0,002
<i>Professionell-journalistischer Hintergrund</i>							
Internal	0,659	0,389	0,651	0,819	0,064	0,483	0,537
External	0,341	0,181	0,349	0,611	0,064	0,537	0,483
E-I-Index	-0,318	-0,638	-0,301	0,223	0,129	0,537	0,483
US-amerikanische Blogs							
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>							
Internal	0,626	0,300	0,520	0,683	0,053	0,015	0,988
External	0,374	0,317	0,480	0,700	0,053	0,988	0,015
E-I-Index	-0,251	-0,366	-0,039	0,401	0,106	0,988	0,015
<i>Nationalität</i>							
Internal	0,474	0,132	0,311	0,491	0,054	0,001	0,999
External	0,526	0,509	0,689	0,868	0,054	0,999	0,001
E-I-Index	0,053	0,018	0,377	0,736	0,109	0,999	0,001
<i>Professionell-journalistischer Hintergrund</i>							
Internal	0,456	0,412	0,586	0,725	0,047	0,995	0,006
External	0,544	0,275	0,414	0,588	0,047	0,006	0,995
E-I-Index	0,088	-0,449	-0,173	0,176	0,094	0,006	0,995
Britische Blogs							
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>							
Internal	0,529	0,171	0,436	0,624	0,074	0,096	0,929
External	0,471	0,376	0,564	0,829	0,074	0,929	0,096
E-I-Index	-0,059	-0,247	0,127	0,659	0,148	0,929	0,096
<i>Nationalität</i>							
Internal	0,341	0,024	0,193	0,400	0,069	0,010	0,993
External	0,659	0,600	0,807	0,976	0,069	0,993	0,010
E-I-Index	0,318	0,200	0,615	0,953	0,138	0,993	0,010
<i>Professionell-journalistischer Hintergrund</i>							
Internal	0,312	0,294	0,626	0,788	0,090	0,999	0,001
External	0,688	0,212	0,374	0,706	0,090	0,001	0,999
E-I-Index	0,376	-0,576	-0,253	0,412	0,181	0,001	0,999

Anzahl der Iterationen: 5000. ¹Es wurden nur diejenigen Nationen berücksichtigt, die mit mehr als 5 Blogs in der Seed-Stichprobe vertreten sind (n=5 Nationen + International).

Tabelle A40

Permutationstests der E-I-Indizes der Link-Netzwerke der verschiedenen Nationen¹ im Vergleich

	Obs	Min	Avg	Max	SD	p \geq Ob	p \leq Ob
Deutsche Blogs							
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>							
Internal	0,789	0,411	0,658	0,832	0,059	0,007	0,995
External	0,211	0,168	0,342	0,589	0,059	0,995	0,007
E-I-Index	-0,579	-0,663	-0,316	0,179	0,118	0,995	0,007
<i>Nationalität</i>							
Internal	0,695	0,232	0,509	0,695	0,065	0,001	1,000
External	0,305	0,305	0,491	0,768	0,065	1,000	0,001
E-I-Index	-0,389	-0,389	-0,017	0,537	0,130	1,000	0,001
<i>Inhaltlicher Schwerpunkt</i>							
Internal	0,442	0,268	0,439	0,605	0,048	0,504	0,540
External	0,558	0,395	0,561	0,732	0,048	0,540	0,504
E-I-Index	0,116	-0,211	0,122	0,463	0,095	0,540	0,504
Schweizerische Blogs							
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>							
Internal	0,188	0,031	0,402	0,719	0,107	0,974	0,047
External	0,813	0,281	0,598	0,969	0,107	0,047	0,974
E-I-Index	0,625	-0,438	0,195	0,938	0,214	0,047	0,974
<i>Nationalität</i>							
Internal	0,063	0,000	0,152	0,406	0,066	0,950	0,135
External	0,938	0,594	0,848	1,000	0,066	0,135	0,950
E-I-Index	0,875	0,188	0,696	1,000	0,132	0,135	0,950
<i>Inhaltlicher Schwerpunkt</i>							
Internal	0,688	0,094	0,572	0,844	0,148	0,342	0,857
External	0,313	0,156	0,428	0,906	0,148	0,857	0,342
E-I-Index	-0,375	-0,688	-0,144	0,813	0,296	0,857	0,342
Spanische Blogs							
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>							
Internal	0,600	0,184	0,453	0,665	0,070	0,015	0,988
External	0,400	0,335	0,547	0,816	0,070	0,988	0,015
E-I-Index	-0,200	-0,330	0,093	0,632	0,139	0,988	0,015
<i>Nationalität</i>							
Internal	0,562	0,135	0,377	0,622	0,076	0,005	0,997
External	0,438	0,378	0,623	0,865	0,076	0,997	0,005

E-I-Index	-0,124	-0,243	0,246	0,730	0,152	0,997	0,005
<i>Inhaltlicher Schwerpunkt</i>							
Internal	0,411	0,211	0,375	0,524	0,050	0,252	0,780
External	0,589	0,476	0,625	0,789	0,050	0,780	0,252
E-I-Index	0,178	-0,049	0,250	0,578	0,099	0,780	0,252
US-amerikanische Blogs							
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>							
Internal	0,934	0,636	0,857	0,952	0,045	0,019	0,987
External	0,066	0,048	0,143	0,364	0,045	0,987	0,019
E-I-Index	-0,867	-0,904	-0,714	-0,271	0,089	0,987	0,019
<i>Nationalität</i>							
Internal	0,657	0,274	0,504	0,702	0,059	0,004	0,997
External	0,343	0,298	0,496	0,726	0,059	0,997	0,004
E-I-Index	-0,313	-0,404	-0,008	0,452	0,119	0,997	0,004
<i>Inhaltlicher Schwerpunkt</i>							
Internal	0,515	0,265	0,454	0,630	0,047	0,107	0,904
External	0,485	0,370	0,546	0,735	0,047	0,904	0,107
E-I-Index	-0,030	-0,259	0,091	0,470	0,095	0,904	0,107
Britische Blogs							
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>							
Internal	0,862	0,349	0,790	0,927	0,102	0,225	0,839
External	0,138	0,073	0,210	0,651	0,102	0,839	0,225
E-I-Index	-0,725	-0,853	-0,581	0,303	0,203	0,839	0,225
<i>Nationalität</i>							
Internal	0,294	0,064	0,240	0,477	0,063	0,234	0,809
External	0,706	0,523	0,760	0,936	0,063	0,809	0,234
E-I-Index	0,413	0,046	0,519	0,872	0,126	0,809	0,234
<i>Inhaltlicher Schwerpunkt</i>							
Internal	0,541	0,174	0,453	0,651	0,085	0,159	0,873
External	0,459	0,349	0,547	0,826	0,085	0,873	0,159
E-I-Index	-0,083	-0,303	0,094	0,651	0,169	0,873	0,159

Anzahl der Iterationen: 5000. ¹Es wurden nur diejenigen Nationen berücksichtigt, die mit mehr als 5 Blogs in der Seed-Stichprobe vertreten sind (n=5 Nationen + International).

Tabelle A41

Permutationstests der E-I-Indizes der Sprecher-Netzwerke der verschiedenen Sprachräume im Vergleich

	Obs	Min	Avg	Max	SD	p \geq Ob	p \leq Ob
Deutschsprachige Blogs							
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>							
Internal	0,427	0,227	0,379	0,514	0,043	0,142	0,875
External	0,573	0,486	0,621	0,773	0,043	0,875	0,142
E-I-Index	0,146	-0,027	0,243	0,546	0,087	0,875	0,142
<i>Nationalität</i>							
Internal	0,300	0,084	0,235	0,376	0,050	0,106	0,905
External	0,700	0,624	0,765	0,916	0,050	0,905	0,106
E-I-Index	0,400	0,249	0,531	0,832	0,101	0,905	0,106
<i>Professionell-journalistischer Akteurstyp</i>							
Internal	0,581	0,349	0,577	0,705	0,052	0,052	0,499
External	0,419	0,295	0,423	0,651	0,052	0,499	0,052
E-I-Index	-0,162	-0,411	-0,154	0,303	0,103	0,499	0,052
Englischsprachige Blogs							
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>							
Internal	0,566	0,317	0,492	0,622	0,047	0,047	0,956
External	0,434	0,378	0,508	0,683	0,047	0,956	0,047
E-I-Index	-0,132	-0,244	0,016	0,367	0,095	0,956	0,047
<i>Nationalität</i>							
Internal	0,389	0,104	0,212	0,325	0,036	0,000	1,000
External	0,611	0,675	0,788	0,896	0,036	1,000	0,000
E-I-Index	0,222	0,351	0,576	0,793	0,073	1,000	0,000
<i>Professionell-journalistischer Akteurstyp</i>							
Internal	0,456	0,419	0,591	0,718	0,045	0,996	0,005
External	0,544	0,282	0,409	0,581	0,045	0,005	0,996
E-I-Index	0,089	-0,435	-0,183	0,162	0,090	0,005	0,996
Spanischsprachige Blogs							
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>							
Internal	0,407	0,204	0,311	0,421	0,032	0,002	0,999
External	0,593	0,579	0,689	0,796	0,032	0,999	0,002

E-I-Index	0,186	0,158	0,379	0,593	0,063	0,999	0,002
<i>Nationalität</i>							
Internal	0,314	0,061	0,180	0,330	0,038	0,001	0,999
External	0,686	0,670	0,820	0,939	0,038	0,999	0,001
E-I-Index	0,371	0,339	0,640	0,878	0,076	0,999	0,001
<i>Professionell-journalistischer Akteurstyp</i>							
Internal	0,536	0,423	0,612	0,769	0,055	0,914	0,091
External	0,464	0,231	0,388	0,577	0,055	0,091	0,914
E-I-Index	-0,072	-0,538	-0,224	0,154	0,109	0,091	0,914

Anzahl der Iterationen: 5000.

Tabelle 42

Permutationstests der E-I-Indizes der Link-Netzwerke der verschiedenen Sprachräume im Vergleich

	Obs	Min	Avg	Max	SD	p \geq Ob	p \leq Ob
Deutschsprachige Blogs							
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>							
Internal	0,693	0,383	0,534	0,693	0,049	0,000	1,000
External	0,307	0,307	0,466	0,617	0,049	1,000	0,000
E-I-Index	-0,387	-0,387	-0,069	0,234	0,098	1,000	0,000
<i>Nationalität</i>							
Internal	0,513	0,165	0,364	0,548	0,051	0,002	0,999
External	0,487	0,452	0,636	0,835	0,051	0,999	0,002
E-I-Index	-0,027	-0,096	0,272	0,670	0,101	0,999	0,002
<i>Inhaltlicher Schwerpunkt</i>							
Internal	0,498	0,272	0,460	0,613	0,044	0,203	0,821
External	0,502	0,387	0,540	0,728	0,044	0,821	0,203
E-I-Index	0,004	-0,226	0,081	0,456	0,089	0,821	0,203
Englischsprachige Blogs							
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>							
Internal	0,890	0,588	0,797	0,910	0,052	0,011	0,990
External	0,110	0,090	0,203	0,412	0,052	0,990	0,011
E-I-Index	-0,779	-0,819	-0,593	-0,177	0,103	0,990	0,011
<i>Nationalität</i>							
Internal	0,530	0,173	0,319	0,498	0,046	0,000	1,000
External	0,470	0,502	0,681	0,827	0,046	1,000	0,000
E-I-Index	-0,060	0,004	0,361	0,655	0,091	1,000	0,000
<i>Inhaltlicher Schwerpunkt</i>							
Internal	0,506	0,295	0,442	0,606	0,044	0,078	0,927
External	0,494	0,394	0,558	0,705	0,044	0,927	0,078
E-I-Index	-0,012	-0,213	0,117	0,410	0,088	0,927	0,078
Spanischsprachige Blogs							
<i>Sprachraumzugehörigkeit</i>							
Internal	0,604	0,204	0,479	0,683	0,065	0,023	0,981
External	0,396	0,317	0,521	0,796	0,065	0,981	0,023

E-I-Index	-0,208	-0,367	0,041	0,592	0,130	0,981	0,023
<i>Nationalität</i>							
Internal	0,433	0,108	0,324	0,546	0,064	0,048	0,958
External	0,567	0,454	0,676	0,892	0,064	0,958	0,048
E-I-Index	0,133	-0,092	0,351	0,783	0,128	0,958	0,048
<i>Inhaltlicher Schwerpunkt</i>							
Internal	0,408	0,204	0,381	0,546	0,047	0,301	0,733
External	0,592	0,454	0,619	0,796	0,047	0,733	0,301
E-I-Index	0,183	-0,092	0,238	0,592	0,093	0,733	0,301

Anzahl der Iterationen: 5000.

Literatur

- ACKLAND, Robert/O'Neil, Mathieu (2011): Online Collective Identity: The Case of the Environmental Movement. In: *Social Networks*. 33. Jg., H. 3, S. 177-190. Doi: 10.1016/j.socnet.2011.03.001.
- ADAM, Silke (2007): *Symbolische Netzwerke in Europa. Der Einfluss der nationalen Ebene auf europäische Öffentlichkeit. Deutschland und Frankreich im Vergleich*. Köln: Herbert von Halem-Verlag.
- ADAM, Silke (2008): Medieninhalte aus der Netzwerkperspektive. Neue Erkenntnisse durch die Kombination von Inhalts- und Netzwerkanalyse. In: *Publizistik*. 53. Jg., H. 2, S. 180-199.
- ADAMIC, Lada A./Glance, Natalie (2005): The political blogosphere and the 2004 U.S. election: Divided they blog. <http://www.maths.tcd.ie/~mnl/store/AdamicGlance2004a.pdf> [09.03.2016].
- AGNEW, John/Corbridge, Stuart (1995): *Mastering Space. Hegemony, Territory, and international political economy*. London/New York, NY: Routledge.
- AGOF (2016): Digital Facts 11-2015. Df Ranking Gesamtangebote Internet. Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. 25.02.2016. <https://www.agof.de/studien/digital-facts/aktuelle-studie/> [02.03.2016].
- ALBRECHT, Steffen (2010): Knoten im Netzwerk. In: Stegbauer, Christian/Häußling, Roger (Hg.): *Handbuch Netzwerkforschung*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 125-134.
- ALBROW, Martin (1996): *The Global Age. State and Society Beyond Modernity*. Stanford: Stanford University Press.
- ALEXANYAN, Karina/Koltsova, Olessia (2009): Blogging in Russia is not Russian Blogging. In: In: Russell, Adrienne/Echchaibi, Nabil (Hg.): *International Blogging. Identity, Politics, and Networked Publics*. New York: Peter Lang, S. 65-84.
- ALARCOS LLORACH, Emilio (2004): *Gramatica de la Lengua Espanola*. Real Academia Espanola. Coleccion Nebrija y Bello. Madrid: Espasa Calpe.
- ALSCHIED-SCHMIDT, Petra (1991): *Die Kritik am internationalen Informationsfluss. Beurteilung der politischen Diskussion anhand wissenschaftlicher Untersuchungsergebnisse*. Frankfurt a. M. u. a.: Peter Lang.
- ALVAREZ, Amalia (2015): Homophily and Ethnic Background in the Classroom. Stockholms Universitet. Department of Sociology. <http://su.diva-portal.org/smash/get/diva2:813978/FULLTEXT01.pdf> [21.01.2016].
- ANDROUTSOPOULOS, Jannis (2006): Multilingualism, diaspora, and the Internet: Codes and identities on German-based diaspora websites. In: *Journal of Sociolinguistics*. 10. Jg., H. 4, S. 520-547.

- APPELGREN, Ester/Nygren, Gunnar (2014): Data Journalism in Sweden. In: *Digital Journalism*. 2. Jg., H. 3, S. 394-405. Doi: 10.1080/21670811.2014.884344.
- ARLT, Hans-Jürgen/Storz, Wolfgang (2010): Wirtschaftsjournalismus in der Krise – zum massenmedialen Umgang mit Finanzmarktpolitik. OBS-Arbeitsheft, Nr. 63. Frankfurt a. M.: Otto Brenner Stiftung. https://www.otto-brenner-shop.de/uploads/tx_mplightshop/AH63.pdf [11.08.2016].
- ARMBORST, Matthias (2006): *Kopfjäger im Internet oder publizistische Avantgarde: Was Journalisten über Weblogs und ihre Macher wissen sollten*. Münster: LIT.
- ARRESE, Angel (2015): The Spanish Press. No Illusions. In: Schifferes, Steve/Roberts, Richard (Hg.): *The Media and Financial Crises. Comparative and Historical Perspectives*. Abingdon/New York, NY: Routledge, S. 87-102.
- AVERBECK-LIETZ, Stefanie/Hepp, Andreas/Venema, Rebecca (2015): *Communicative Figurations of Financial Blogging: Deliberative and Moralizing Modes of Crisis Communication during the Eurocrisis*. Forschungsverbund „Kommunikative Figurationen“. Working Paper Nr. 7, Bremen: Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung (ZeMKI). http://www.kommunikative-figurationen.de/fileadmin/redak_kofi/Arbeitspapiere/CoFi_EWP_No-7_Averbeck-Lietz-Hepp-Venema.pdf [29.08.2016].
- AZIS, Iwan J./Mitra, Sabyasachi/ Baluga, Anthony (2013): Global Shock and Regional Spillovers. In: *Peace Economics, Peace Science and Public Policy*. 19. Jg., H. 2, S. 183–211. Doi: 10.1515/peps-2013-0014.
- BACH, Thomas/Weber, Mathias/Quiring, Oliver (2012): *Das Framing der Finanzkrise. Deutungsmuster und Inter-Media Frame Transfer During the Crisis in Autumn 2008*. In: *Studies in Communication Media (SCM)*. 1. Jg., H. 2, S. 195-224.
- BACKHAUS, Klaus/Erichson, Bernd/Plinke, Wulff/Weiber, Rolf (2016): *Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung*. (14., überarb. und aktualis. Aufl.). Berlin/Heidelberg: Springer Gabler.
- BADEN, Christian/Springer, Nina (2014): Com(ple)menting the News on the Financial Crisis: The Contribution of News Users' Commentary to the Diversity of Viewpoints in the Public Debate. In: *European Journal of Communication*. 29. Jg., H. 5, S. 529-548. Doi: 10.1177/0267323114538724.
- BÄHR, H (2009): The World Economy Crisis and its Actors in the online Publications of German Newspapers and Journals. In: *Journal of Media Research*. 2. Jg., H. 4, S. 56-64.
- BARABASI, Albert-Laszlo (2003): *Linked: How Everything is Connected to Everything Else and What It Means for Business, Science, and Everyday Life*. Cambridge, MA: Plume Books.
- BARABASI, Albert-Laszlo/Reka, Albert (1999): Emergence of scaling in random networks. In: *Science*. 286. Jg., H. 5439, S. 509–512. Doi: 10.1126/science.286.5439.509.

- BARBER, Benjamin R. (1996): *Jihad vs. McWorld: How Globalism and Tribalism Are Reshaping the World*. New York/Toronto: Ballantine Books.
- BARBER, Lionel (2015): Overview. Soothsayers of Doom?. In: Schifferes, Steve/Roberts, Richard (Hg.): *The Media and Financial Crises. Comparative and Historical Perspectives*. Abingdon/New York, NY: Routledge, S. XXIII-XXVIII.
- BARINGHORST, Sigrid (2009): Politischer Protest im Netz – Möglichkeiten und Grenzen der Mobilisierung transnationaler Öffentlichkeit im Zeichen digitaler Kommunikation. In: *Politische Vierteljahresschrift. Sonderheft 42*, S. 609-635.
- BARLOW, John P. (1996): A cyberspace independence declaration. <https://www.eff.org/cyberspace-independence> [03.05.2016].
- BARNETT, George A./Lee, Meihua (2002): Issues in intercultural communication. In: Gudykunst, W B/Mody, Bella (Hg.): *A Handbook of international and intercultural communication* (2. Aufl.). Thousand Oaks, CA: Sage, S. 275-290.
- BARNETT, George A./Park, Han Woo (2005): The structure of international Internet hyperlinks and bilateral bandwidth. In: *Annals of telecommunications*. 60. Jg., H. 9–10, S. 1115–1132.
- BARNETT, George A./Sung, Eunjung (2006): Culture and the Structure of the International Hyperlink Network. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*. 11. Jg., H. 1, 217-238. Doi: 10.1111/j.1083-6101.2006.00011.x.
- BARTHEL, Michael (2015): State of the News Media 2015. Newspapers: Fact Sheet. Pew Research Center. Journalism and Media. <http://www.journalism.org/2015/04/29/newspapers-fact-sheet/> [01.03.2016].
- BARTON, David/Lee, Carmen (2013): *Language Online. Investigating Digital Texts and Practices*. London/New York: Routledge.
- BARZILAI-NAHON, Karine (2008): Toward a Theory of Network Gatekeeping: A Framework for Exploring Information Control. In: *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. 59. Jg., H. 9, S. 1493–512. Doi: 10.1002/asi.20857.
- BASTIAN, Mathieu/Heymann, Sebastien/Jacomy, Mathieu (2009): Gephi: An Open Source Software for Exploring and Manipulating Networks. Third International AAAI Conference on Weblogs and Social Media. <https://gephi.org/publications/gephi-bastian-feb09.pdf> [01.03.2016].
- BECK, Klaus (2010): Soziologie der Online-Kommunikation. In: Schweiger, Wolfgang/Beck, Klaus (Hg.): *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 15-36.
- BECK, Klaus/Berghofer, Simon/Dogrue, Layla/Greyer, Janine (2012): *Wirtschaftsberichterstattung in der Boulevardpresse*. Wiesbaden: Springer VS.
- BECK, Klaus/Reineck, Dennis/Schubert, Christiane (2010): *Journalistische Qualität in der Wirtschaftskrise. Eine Studie im Auftrag des Deutschen Fachjournalisten-Verbandes*. Berlin: Deutscher Fachjournalisten Verband (DFJV).

https://www.dfjv.de/documents/10180/178294/DFJV_Studie_Journalistische_Qualitaet_03_2010.pdf [01.09.2016].

- BECK, Ulrich (1986): *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- BECK, Ulrich (1999): *Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus – Antworten auf Globalisierung*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- BECK, Ulrich (2000): *What is Globalization?* Cambridge: Polity Press.
- BECK, Ulrich/Sznajder, Natan (2006): Unpacking cosmopolitanism for the social sciences: a research agenda. In: *The British Journal of Sociology*. 57. Jg., H. 1, S. 1-23. Doi: 10.1111/j.1468-4446.2006.00091.x.
- BEISHEIM, M./Dreher, S./Walter, G./Zangl, B./Zürn, M. (1999): *Im Zeitalter der Globalisierung? Thesen und Daten zur gesellschaftlichen und politischen Denationalisierung*. Baden-Baden: Nomos.
- BELL, Martin (2007): Banken, ratlos im Internet. In: *Werben und Verkaufen*, Nr. 34, S. 56-57.
- BELTRAME, Lorenzo/Bucchi, Massimiano/Matte, Barbara (2013): Climate Change as a Rhetorical Resource and Masterframe: An Analysis of the Daily Press Coverage and Public Opinion in Italy. In: Salvatore, Armando/Schmidtke, Oliver/Trenz, Hans-Jörg (Hg.): *Rethinking the Public Sphere Through Transnationalizing Processes. Europe and Beyond* Basingstoke: Palgrave Macmillan, S. 187-207.
- BENKLER, Yochai/Roberts, Hal/Faris, Robert/Solow-Niederman, Alicia/Etling, Bruce (2015): Social Mobilization and the Networked Public Sphere: Mapping the SOPA-PIPA Debate. In: *Political Communication*. 32. Jg., H. 4, S. 594-624. Doi: 10.1080/10584609.2014.986349.
- BENNETT, W. Lance/Seegerberg, Alexandra (2012): The logic of connective action. In: *Information, Communication and Society*. 15. Jg., H. 5, S. 739-768. Doi: 10.1080/1369118X.2012.670661.
- BENNETT, W. Lance/Seegerberg, Alexandra/Walker, Shawn (2014): Organization in the crowd: peer production in large-scale networked protests. In: *Information, Communication and Society*. 17. Jg., H. 2, S. 232-260, Doi: 10.1080/1369118X.2013.870379.
- BENNETT, W. Lance/Lang, Sabine/Seegerberg, Alexandra (2015): European issue publics online: the case of climate change and fair trade. In: Risse, Thomas (Hg.): *European Public Spheres. Politics is Back*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 108-137.
- BENSON, Rodney/Hallin, Daniel C. (2007): How States, Markets and Globalization Shape the News. The French and US National Press, 1965-97. In: *European Journal of Communication*. 22. Jg., H. 1, S. 27-48. Doi: 10.1177/0267323107073746.

- BERGER, Guy (2009): How the Internet Impacts on International News. Exploring Paradoxes of the Most Global Medium in a Time of 'Hyperlocalism' In: *International Communication Gazette*. 71. Jg., H. 5, S. 355-371. Doi:10.1177/1748048509104977.
- BERNANKE, Ben (2012): Some Reflections on the Crises and the Policy Responses. In: Blinder, Alan S./Lo, Andrew W./Solow, Robert M. (Hg.): *Rethinking the Financial Crisis*. New York, NY: Russell Sage Foundation, S. 3-13.
- BEST, Samuel J./Krueger, Brian S. (2005): Analyzing the Representativeness of Internet Political Participation. In: *Political Behavior*. 27. Jg., H. 2, S. 183-216. Doi: 10.1007/s11109-005-3242-y.
- BLÖBAUM, Bernd (1994): Journalismus als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung. Opladen.
- BLUMLER, Jay G./McLeod, Jack M./Rosengren, Karl E. (1992): An Introduction to Comparative Communication Research. In: Blumler, Jay G./McLeod, Jack M./Rosengren, Karl E. (Hg.): *Comparatively Speaking: Communication and Culture Across Space and Time*. Newbury Park, CA: Sage, S. 3-18.
- BOFINGER, Peter/Buch, Claudia M./Feld, Lars P./Franz, Wolfgang/Schmidt, Christoph M. (2012): Nach dem EU-Gipfel: Zeit für langfristige Lösungen nutzen. Sondergutachten gemäß § 6 Absatz 2 Satz 1 des Gesetzes über die Bildung eines Sachverständigenrates zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, Wiesbaden: Statistisches Bundesamt. <http://www.sachverstaendigenrat-wirtschaft.de/fileadmin/dateiablage/download/sondergutachten/sg2012.pdf> [14.09.2016].
- BOHMAN, James (2004): Expanding dialogue: The Internet, the public sphere and prospects for transnational democracy. In: *Sociological Review*. 52. Jg., Issue Supplement s1, S. 131-155. Doi: 10.1111/j.1467-954X.2004.00477.x.
- BONFADELLI, Heinz/Friemel, Thomas N./Wirth, Werner (2010): Medienwirkungsfor- schung. In: Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried/Siegert, Gabriele (Hg.): *Einführung in die Publizistikwissenschaft* (3., vollst. überarb. Aufl.). Bern/Stuttgart/Wien: Haupt Verlag/UTB, S. 605-656.
- BOOMGARDEN, Hajo/van Spanje, Joost/Vliegenthart, Rens/de Vreese, Claes (2011): Covering the Crisis: Media Coverage of the Economic Crisis and Citizens' Economic Expectations. In: *Acta Politica*. 46. Jg., H. 4, S. 353-379. Doi: 10.1057/ap.2011.18.
- BORGATTI, Stephen P./Foster, Pacey C. (2003): The Network Paradigm in Organiza- tional Research: A Review and Typology. In: *Journal of Management*. 29. Jg., H. 6, S. 991-1013. Doi: 10.1016/S0149-2063(03)00087-4.
- BORGATTI, Stephen P./Everett, Martin G./Freeman, Linton C. (2006): *UCInet VI*. Har- vard, MA: Analytictech.
- BORGATTI, Stephen P./Everett, Martin G./Johnson, Jeffrey (2013): *Analyzing social net- works*. London u. a.: SAGE.

- BORGATTI, Stephen P./Mehra, Ajay/Brass, Daniel J./Labianca, Giuseppe (2009): Network Analysis in the Social Sciences. In: *Science*, 323. Jg., H. 5916, S. 892-895. Doi: 10.1126/science.1165821.
- BOWMAN, Shayne/Willis, Chris (2003): *We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*. Reston, VA: The Media Center at The American Press Institute. http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf [03.03.2016].
- BRANDL, Annette (2004): *Hausse oder Baisse? Zur Qualität von Unternehmensinformationen Print vs. Online*. In: Beck, Klaus/Schweiger, Wolfgang/Wirth, Werner (Hg.): *Gute Seiten – schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation*. München: Reinhard Fischer Verlag, S. 233-256.
- BRAY, Mark (2012): *Confronting the many men in suits: rethinking the ‘positive’ coverage of Occupy Wall Street*. In: *Critical Quarterly*. 54. Jg., H. 2, S. 5–9. Doi: 10.1111/j.1467-8705.2012.02049.x.
- BREIDENBACH, Joana/Zukrigl, Ina (2003): *Vernetzte Welten – Identitäten im Internet*. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*. B 49-50. <http://www.bpb.de/apuz/27249/vernetzte-welten-identitaeten-im-internet?p=all> [12.05.2016].
- BREIGER, Ronald L. (2010): *Dualities of Culture and Structure: Seeing Through Cultural Holes*. In: Fuhse, Jan/Mützel, Sophie (Hg.): *Relationale Soziologie. Zur kulturellen Wende der Netzwerkforschung*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 37-47.
- BRIN, Sergey/Page, Lawrence (1998): *The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Web Search Engine*. In: *Computer Networks and ISDN Systems*. 30. Jg., H. 1-7, S. 107-117.
- BRINKMANN, Bastian (2011): *Viel los im Affenkäfig*. In: *Süddeutsche Zeitung*. 01.06.2011. <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/lesenswerte-wirtschaftsblog-viel-los-im-affenkaefig-1.1103865> [25.05.2016].
- BROMLEY, Michael (2015): *From Wall Street to Main Street. Australian Finance and Business Journalism and the Crisis*. In: Schifferes, Steve/Roberts, Richard (Hg.): *The Media and Financial Crises. Comparative and Historical Perspectives*. Abingdon/New York, NY: Routledge, S. 59-72.
- BROSIOUS, Hans-Bernd/Haas, Alexander/Koschel, Friederike (2012): *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung* (6. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.
- BROUGH, Melissa/Li, Zhan (2013): *Media Systems Dependency, Symbolic Power, and Human Rights Online Video: Learning from Burma’s “Saffron Revolution” and WITNESS’s Hub*. In: *International Journal of Communication*. 7. Jg., S. 281–304. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1423/854> [15.05.2016].
- BROWN, Gordon (2010): *Beyond the Crash: Overcoming the First Crisis of Globalisation*. London: Simon and Schuster.

- BRÜGGEMANN, Michael/ Kleinen-von KönigsLöw, Katharina (2009): 'Let's Talk about Europe'. Why Europeanization Shows a Different Face in Different Newspapers. *European Journal of Communication*. 24. Jg., H. 1, S. 27–48. Doi: 10.1177/0267323108098944.
- BRÜGGEMANN, Michael/Schulz-Forberg, Hagen (2009): Becoming Pan-European? Transnational Media and the European Public Sphere. In: *International Communication Gazette*. 71. Jg., H. 8, S. 693–712.
- BRÜGGEMANN, Michael/Engesser, Sven/Büchel, Florin/Humprecht, Edda/Castro, Laia (2014): Hallin and Mancini Revisited. Four Empirical Types of Western Media Systems. In: *Journal of Communication*. 64. Jg., H. 6, S. 1037-1065.
- BRÜGGEMANN, Michael/Hepp, Andreas/Kleinen-von KönigsLöw, Katharina/Wessler, Hartmut (2009): Transnationale Öffentlichkeit in Europa: Forschungsstand und Perspektiven. In: *Publizistik*. 54. Jg., H 3, S. 391-414.
- BRÜGGEMANN, Michael/Sifft, Stefanie/Kleinen-von KönigsLöw, Katharina/Peters, Bernhard/Wimmel, Andreas (2007): Segmentierte Europäisierung. Trends und Muster der Transnationalisierung von Öffentlichkeiten in Europa (2006). In: Wessler, Hartmut (Hg.): Bernhard Peters. Der Sinn von Öffentlichkeit. Mit einem Vorwort von Jürgen Habermas. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 298–321.
- BRUNS, Axel (2005): *Gatewatching. Collaborative Online News Production*. New York/Washington D.C./Baltimore u. a.: Peter Lang.
- BRUNS, Axel (2008): *Blogs, Wikipedia, Second life, and beyond: From production to produsage*. New York: Peter Lang.
- BRUNS, Axel (2009): Vom Gatekeeping zum Gatewatching: Modelle der journalistischen Vermittlung im Internet. In: Neuberger, Christoph; Nuernbergk, Christian; Rischke, Melanie (Hg.): *Journalismus im Internet. Profession - Partizipation – Technisierung*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 107–128.
- BRUNS, Axel (2014): Social Media and Journalism during Times of Crisis. In: Hunsinger, Jeremy/Senft, Theresa (Hg.): *The Social Media Handbook*. New York, NY/London: Routledge, S. 159-176.
- BRUNS, Axel/Highfield, Tim (2015): From News Blogs to News on Twitter: Gatewatching and Collaborative News Curation. In: Coleman, Stephen/Freelon, Deen (Hg.): *Handbook of Digital Politics*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited, S. 325-339.
- BRUNS, Axel/Jacobs, Joanne (Hg.) (2006): *Uses of blogs*. New York, NY: Peter Lang.
- BRUNS, Axel/Burgess, Jean/Highfield, Tim/Kirchhoff, Lars/Nicolai, Thomas (2011): Mapping the Australian Networked Public Sphere. In: *Social Science Computer Review*. 29. Jg., H. 3, S. 277-287. Doi: 10.1177/0894439310382507.
- BUCHER, Hans-Jürgen (2002): Internet und globale Kommunikation. Ansätze eines Strukturwandels der Öffentlichkeit? In: Loeffelholz, Martin/Hepp, Andreas (Hg.): *Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation*. Konstanz: UVK, S. 500-530.

- BUCHER, Hans-Jürgen (2005): Macht das Internet uns zu Weltbürgern? Globale Online-Diskurse: Strukturwandel der Öffentlichkeit in der Netzwerk-Kommunikation. In: Fraas, Claudia/Klemm, Michael (Hg.): Mediendiskurse. Bonner Beiträge zur Medienwissenschaft. Frankfurt a. M.: Peter Lang, S. 187-218.
- BUCHER, Hans-Jürgen/Büffel, Steffen (2006): Weblogs – Journalismus in der Weltgesellschaft Grundstrukturen einer netzwerkorientierten Form der Medienkommunikation. In: Picot, Arnold/Fischer, Tim (Hg.): Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. Heidelberg: dpunkt-Verlag, S. 131-156.
- BUCY, Erik P. (2015): Political Communication Research Methods. In: Mazzoleni, Gianpietro (Hg.): The International Encyclopedia of Political Communication, Vol. 3. Malden, MA: Wiley-Blackwell, S. 1102-1119.
- BÜHL, Achim (2010): PASW. Einführung in die moderne Datenanalyse (12., aktual. Aufl.). München: Pearson.
- BUGGISCH, Christian (2016): Wie viele Blogs gibt es in Deutschland? <https://buggisch.wordpress.com/2016/02/23/wie-viele-blogs-gibt-es-in-deutschland/> [11.04.2016].
- BUHL, Florian (2014): Agenda-Setting-Prozesse zwischen Massenmedien und Blogosphäre: Eine Zeitreihenanalyse politischer Thematisierungsprozesse in Deutschland. Beiträge zur 9. Fachtagung des DFPK. In: Frieß, Dennis/Jax, Julia/Michalski, Anna (Hg.): Sprechen Sie EU? Das kommunikative Versagen einer großen Liebe. Berlin: Frank und Timme, S. 51-69.
- BUHSE, Malte (2013): Die Ökonomen-Seifenoper. In: Zeit Online, 28. Mai 2013. <http://www.zeit.de/wirtschaft/2013-05/staatsverschuldung-krugman-rogoff> [12.08.2016].
- BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG [bpb] (2013a): Krise. Wirtschaftskrisen. <http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/19857/krise> [22.06.2016].
- BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG [bpb] (2013b): Finanzmarktkrise. <http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/19366/finanzmarktkrise> [24.06.2016].
- BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG [bpb] (2013c): Globale Finanz- und Wirtschaftskrise. <http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/globalisierung/52584/finanz-und-wirtschaftskrise> [24.06.2016].
- BURGESS, Jean/Woodford, Darryl (2015): Content Creation and Curation. In: Mansell, RobinAng, Peng Hwa (Hg.): The International Encyclopedia of Digital Communication and Society. Hoboken, NJ: Wiley, S. 1-6.
- BURT, Ronald S. (1992): Structural Holes. The Social Structure of Competition. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- BURSTYN, Gerald (2012): Financial Blogosphere Must-Reads. In: *Research Magazine*. 01.02.2012. <http://www.thinkadvisor.com/2012/02/01/financial-blogosphere-must-reads>. [11.09.2016].
- CALHOUN, Craig (Hg.) (1992): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge: MIT Press.
- CAMMAERTS, Bart/van Audenhove, Leo (2010): Online Political Debate, Unbounded Citizenship, and the Problematic Nature of a Transnational Public Sphere. In: *Political Communication*. 22. Jg., H. 2, S. 179-196. Doi: 10.1080/10584600590933188.
- CARLSON, Matt (2015): The Robotic Reporter. Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. In: *Digital Journalism*. 3. Jg., H. 3, S. 416-431. Doi: 10.1080/21670811.2014.976412.
- CARPENTER, Serena (2010): A Study of Content Diversity in Online Citizen Journalism and Online Newspaper Articles. In: *New Media and Society*. 12. Jg., H. 7, S. 1064-1084. Doi: 10.1177/1461444809348772.
- CARTER, Drew/Hua, Thao/Pichardo, Raquel (2008): Ranking the Blogs. In: *Pensions and Investments*. 09.06.2008. 36. Jg., H. 12, S. 2. <http://www.pionline.com/article/20080609/PRINT/161003060/ranking-the-blogs> [11.09.2016].
- CASTELLS, Manuel (1996): *The Information Age: Economy, society and culture. Volume 1: The Rise of the Network Society*. Cambridge, MA/Oxford, UK: Blackwell.
- CASTELLS, Manuel (2012): *Networks of outrage and hope: social movements in the internet age*. Cambridge: Polity Press.
- CHADWICK, Andrew (2011): The Political Information Cycle in a Hybrid News System: The British Prime Minister and the “Bullygate” Affair. In: *International Journal of Press/Politics*. 16. Jg., H. 1, S. 3–29. Doi: 10.1177/1940161210384730.
- CHEN, Hailiang/De, Prabuddha/Hu, Yu (Jeffrey)/Hwang, Byoung-Hyoun (2012): Customers as advisors: The role of social media in financial markets. In: *SSRN Electronic Journal*. Doi: 10.2139/ssrn.2024086.
- CHEN, Wenhong/Boase, Jeffrey/Wellman, Barry (2002): The Global Villagers: Comparing Internet Users and Uses Around the World. In: Wellman, Barry/Haythornthwaite, Caroline (Hg.): *The Internet in Everyday Life*. Malden, Oxford, Carlton: Blackwell, S. 74-113.
- CHIU, Cindy/Ip, Chris/Silverman, Ari (2012): Understanding social media in China. Marketing and sales practice. *McKinsey Quarterly*. April 2012. <http://asia.udp.cl/Informes/2012/chinamedia.pdf> [05.04.2016].
- CLARK, Gordon/Thrift, Nigel/Tickell, Adam (2004): Performing Finance: The Industry, the Media and its Image. In: *Review of International Political Economy*. 2. Jg., H. 11, S. 289-310. Doi: 10.1080/09692290410001672813.
- CLERWALL, Christer (2014): Enter the Robot Journalist. In: *Journalism Practice*. 8. Jg., H. 5, S. 519-531. Doi: 10.1080/17512786.2014.883116.
- COHEN, Jacob (1988): *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

- COHEN, Jacob (1988): A power primer. *Psychological Bulletin*. 122. Jg., H. 1, S. 155-159.
- COTTLE, Simon (2011): Taking Global Crises in the News Seriously: Notes from the Dark Side of Globalization. In: *Global Media and Communication*. 7. Jg., H. 2, S. 77-95. Doi: 10.1177/1742766511410217.
- COULDRY, Nick (2000): *The Place of Media Power. Pilgrims and Witnesses of the Media Age*. London, UK/New York, NY: Routledge.
- CROITORU, Arie/Wayant, Nicole M./Crooks, A./Radzikowski, J./Stefanidis, A. (2015): Linking cyber and physical spaces through community detection and clustering in social media feeds. In: *Computers, Environment and Urban Systems*, Vol. 53, S. 47-64. Doi: 10.1016/j.compenvurbsys.2014.11.002.
- CULL, Nicholas J. (2013): The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in US Public Diplomacy. In: *International Studies Review*. 15. Jg., H. 1, S. 123-139. Doi: 10.1111/misr.12026.
- CURRAN, James/Coen, Sharon/Aalberg, Toril/Hayashi, Kaori/Jones, Paul K./Splendore, Sergio/Papathanassopoulos/Rowe, David/Tiffen, Rod (2013): Internet revolution revisited: a comparative study of online news. In: *Media, Culture and Society*. 35. Jg., H. 7, S. 880-897. Doi: 10.1177/0163443713499393.
- DAHLBERG, Lincoln (2007): Rethinking the fragmentation of the cyberpublic: from consensus to contestation. In: *New Media and Society*. 9. Jg., H. 5, S. 827-847. Doi: 10.1177/1461444807081228.
- DAHLBERG, Lincoln (2011): Re-constructing digital democracy: An outline of four 'positions'. In: *New Media and Society*. 13. Jg., H. 6, S. 855-872. Doi: 10.1177/1461444810389569.
- DAHLGREN, Peter (2005): The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. In: *Political Communication*. 22. Jg., H. 2, S. 147-162. Doi: 10.1080/10584600590933160.
- DAVIS, Jenny L. (2015): Social Media. In: Mazzoleni, Gianpietro (Hg.): *The International Encyclopedia of Political Communication*, Vol. 3. Malden, MA: Wiley-Blackwell, S. 1489-1496.
- DAVIS, Richard: (2009): *Typing Politics. The Role of Blogs in American Politics*. New York, NY: Oxford University Press.
- DAVIS, Richard/Owen, Diana/Taras, David/Ward, Stephen (Hg.): (2008): *Making a difference: A comparative view of the role of the Internet in election politics*. Lanham, MD: Lexington Books.
- DELLA PORTA, Donatella/Cainai, Manuela (2007): Eurosceptics or Critical Europeanists? Social Movements and Europe. In: De Vreese, Claes/Schmitt, Hermann (Hg.): *A European Public Sphere. How much of it do we have, and how much do we*

- need? CONNEX Report Series No. 2, S. 363-399. <http://www.mzes.uni-mannheim.de/d7/en/publications/book/a-european-public-sphere-how-much-of-it-do-we-have-and-how-much-do-we-need> (28.10.2015).
- DE MAEYER, Juliette (2010): Mapping the Hyperlinked Environment of Online News: Issues and Challenges for the French News Sites. Paper presented at the IAMCR 2010 Conference (18.-22. Juli, Braga, Portugal).
- DE MAEYER, Juliette (2012): Towards a Hyperlinked Society: A Critical Review of Link Studies. In: *New Media and Society*. 15. Jg., H. 5, S. 737-751. Doi: 10.1177/1461444812462851.
- DE MAEYER, Juliette/Libert, Manon/Domingo, David/Heinderyckx, Francois/Le Cam, Florence (2015): Waiting for Data Journalism. In: *Digital Journalism*, 3. Jg., H. 3, S. 432-446. Doi: 10.1080/21670811.2014.976415.
- DIAKOPOULOS, Nicholas (2015): Algorithmic Accountability. Journalistic investigation of computational power structures. In: *Digital Journalism*. 3. Jg., H. 3, S. 398-415. Doi: 10.1080/21670811.2014.976411.
- DIANI, Mario (2003): Networks and Social Movements: A Research Programme. In: Diani, Mario/McAdam, Doug (Hg.): *Social Movements and Networks. Relational Approaches to Collective Action*. Oxford, UK/New York, NY: Oxford University Press, S. 299-319.
- DE VREESE, Claes /van der Brug, Wouter/Hobolt, Sara (2012): Turkey in the EU: How cultural and economic frames affect support for Turkish membership. *Comparative European Politics*. 10. Jg., H. 2, S. 218-235. Doi: 10.1057/cep.2011.27.
- DE WILDE, Pieter/Michailidou, Asimina/Trenz, Hans-Jörg (2013): *Contesting Europe. Exploring Euroscepticism in Online Media Coverage*. Essex: ECPR Press.
- DÖHRN, Roland (2014): Noch ist kein Normalzustand erreicht. Bundeszentrale für politische Bildung. <http://www.bpb.de/politik/wirtschaft/schuldenkrise/192993/noch-ist-kein-normalzustand-erreicht> [14.09.2016].
- DÖRR, Konstantin (2016): Algorithmic Journalism. Einordnung und Konsequenzen. In: DFJV (Hg.): *journalistisches Genres*. Konstanz: UVK, S. 241-252.
- DOGRUEL, Leyla/Reineck, Dennis/Beck, Klaus (2010): *Wirtschaft Online: Zweitverwertung oder publizistischer Mehrwert? Eine Analyse aus Kommunikatorsicht*. In: *Publizistik*. 55. Jg., H. 3, S. 231-251. Doi: 10.1007/s11616-010-0089-y.
- DONGES, Patrick (2000): Technische Möglichkeiten und soziale Schranken elektronischer Öffentlichkeit: Positionen zur elektronischen Öffentlichkeit und ihr Bezug zu Öffentlichkeitsmodellen. In: Jarren, Otfried/Imhof, Kurt/Blum, Roger (Hg.): *Zerfall der Öffentlichkeit?* Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 255-265.
- DONGES, Patrick/Imhof, Kurt (2010): *Öffentlichkeit im Wandel*. In: Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried/Siegert, Gabriele (Hg.): *Einführung in die Publizistikwissenschaft*. Stuttgart: UTB, S. 183-212.

- DONSBACH, Wolfgang (2009): Journalist. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation (5. aktualis., vollständig überarb. und erg. Aufl.). Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuch Verlag, S. 81-128.
- DOUAI, Aziz (2009): Offline Politics in the Arab Blogosphere. Trends and Prospects in Morocco. In: Russell, Adrienne/Echchaibi, Nabil (Hg.): International Blogging. Identity, Politics, and Networked Publics. New York: Peter Lang, S. 133-149.
- DREWSKI, Daniel (2015): Has there been a European Public Discourse on the Euro Crisis? A Systematic Content Analysis of Newspaper Editorials on the Euro Crisis in Germany and Spain. Berlin Studies on the Sociology of Europe (BSSE). Working Paper No. 33. http://www.polsoz.fu-berlin.de/soziologie/arbeitsbereiche/makrosoziologie/arbeitspapiere/pdf/BSSE-Nr_-33.pdf [22.12.2015].
- DREZNER, Daniel W./Farrell, Henry (2004): The Power and Politics of Blogs. Presented at the 2004 American Political Science Association, August 2004. <http://www.utoronto.ca/~farrell/blogpaperfinal.pdf> [26.02.2016].
- DUMOVA, Tatyana (2012): Social Interaction Technologies and the Future of Blogging. In: Dumova, Tatyana/Fiordo, Richard (2012): Blogging in the Global Society: Cultural, Political and Geographical Aspects. Hershey, PA: Information Science Reference (IGI Global), S. 249-274.
- DUMOVA, Tatyana/Fiordo, Richard (2012): Blogging in the Global Society: Cultural, Political and Geographical Aspects. Hershey, PA: Information Science Reference (IGI Global).
- DUPUIS, Indira (2012): Transnationalisierung der Öffentlichkeit in Mitteleuropa. Eine Befragung von Journalisten zur EU-Berichterstattung. Baden-Baden: Nomos.
- EBERSBACH, Anja/Glaser, Markus/Heigl, Richard (2008): Social Web. Konstanz: UVK.
- EBERWEIN, Tobias (2010): Von „Holzhausen“ nach „Blogville“ – und zurück. In: Eberwein, Tobias/Müller, Daniel (Hg.): Journalismus und Öffentlichkeit. Eine Profession und ihr gesellschaftlicher Auftrag. Wiesbaden: VS, S. 143-165.
- EBERWEIN, Tobias/Pöttker, Horst (2009): Journalistische Recherche im Social Web: Neue Potenziale, neue Probleme? In: Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik. 11. Jg., H. 1, S. 23-32.
- EILDERS, Christiane (2013): Öffentliche Meinungsbildung in Online-Umgebungen. Zur Zentralität der normativen Perspektive in der politischen Kommunikationsforschung. In: Karmasin, Matthias/Rath, Matthias/Thomaß, Barbara (Hg.): Normativität in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer, S. 329-351. Doi: 10.1007/978-3-531-19015-0_16.
- ELETA, Irene/Golbeck, Jennifer (2012): Bridging languages in social networks: How multilingual users of Twitter connect language communities? In: Proceedings of the American Society for Information Science and Technology. 49. Jg., H. 1, S. 1-4. Doi: 10.1002/meet.14504901327.

- ELSCHEN, Rainer/Lieven, Theo (2009) (Hg.): Der Werdegang der Krise. Von der Subprime- zur Systemkrise. Wiesbaden: Gabler.
- ELSNER, Dirk (2011): Zum Blick Log und der Wirtschaftsblogszene in Deutschland. <http://www.blicklog.com/2011/04/12/zum-blick-log-und-der-wirtschaftsblogszene-in-deutschland-update-mindmap-der-wirtschaftsblogs/> [12.09.2016].
- ELSNER, Dirk (2014): Mindmap deutscher Wirtschaftsblogs. <https://www.mindmeister.com/de/35349483/mindmap-der-deutschsprachigen-wirtschaftsblogs-by-http-www-blicklog-com> [12.09.2016].
- EMMER, Martin/Wolling, Jens (2007): Leben in verschiedenen Welten? Themenagenden von Offlinern und Onlinern im Vergleich. In: Kimpeler, Simone/Mangold, Michael/Schweiger, Wolfgang (Hg.): Die digitale Herausforderung. Zehn Jahre Forschung zur computervermittelten Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag, S. 239-250.
- EMMER, Martin/Wolling, Jens (2010): Online-Kommunikation und politische Öffentlichkeit. In: Schweiger, Wolfgang/Beck, Klaus (Hg.): Handbuch Online-Kommunikation, Wiesbaden: VS Verlag, S. 36-58.
- EMMER, Martin/Vowe, Gerhard/Wolling, Jens (2011): Bürger online: Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland. Konstanz: UVK.
- ENGELMANN, Ines (2009): Der mediale Diskurs über die EU-Osterweiterung. Europäisierung der deutschen Medienöffentlichkeit am Beispiel zweier Qualitätszeitungen. In: Medien und Kommunikationswissenschaft. 57. Jg., H. 1, S. 39–55.
- ENGESSER, Sven (2008): Partizipativer Journalismus: Eine Begriffsanalyse. In: Zerfaß, Ansgar/Welker, Martin/Schmidt, Jan (Hg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 2: Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik und Publizistik. Köln: von Halem-Verlag, S. 47-71.
- ENGESSER, Sven (2013): Die Qualität des Partizipativen Journalismus im Web. Bausteine für ein integratives theoretisches Konzept und eine explanative empirische Analyse. Wiesbaden: Springer VS.
- ERBE, Jessica (2012): Der europäische Blick. Presseschauen und die Verbindung nationaler Öffentlichkeiten. Baden-Baden: Nomos.
- ERLHOFER, Sebastian (2010): Datenerhebung in der Blogosphäre: Herausforderungen und Lösungswege. In: Welker, Martin/Wünsch, Carsten (Hg.): Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet. Köln: von Halem-Verlag, S. 144-166.
- ESCHER, Tobias (2010): Wi(e)der die üblichen Verdächtigen? Politische Beteiligung via Internet. In: Emmer, Martin/Seifert, Markus/Wolling, Jens (Hg.): Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess. München: Nomos, S. 131-150.
- ESSER, Hartmut (2001): Integration und ethnische Schichtung. Arbeitspapiere - Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung, Nr. 40. http://e-doc.vifapol.de/opus/volltexte/2014/5134/pdf/wp_40.pdf [07.10.2015].

- ESSER, Frank/Hanitzsch, Thomas (2012): On the Why and How of Comparative Inquiry in Communication Studies. In: Esser, Frank/Hanitzsch, Thomas (Hg.): *The Handbook of Comparative Communication Research*. New York, NY/London: Routledge, S. 3-22.
- ESSER, Frank/Vliegenthart, Rens (2016): *Comparative Research Methods in Mass Communication: An Overview*. Working Paper No. 86. Swiss National Science Foundation: National Centre of Competence in Research (NCCR) Challenges to Democracy in the 21st Century. http://www.nccr-democracy.uzh.ch/publications/workingpaper/pdf/wp_86.pdf [15.10.2016].
- ESSER, Frank/de Vreese, Claes/Strömbeck, Jesper/van Aelst, Peter/Aalberg, Toril/Stanyer, James/Lengauer, Gunther/Berganza, Rosa/Legnante, Guido/Pathanassopoulos, Stelios/Salgado, Susana/Sheafer, Tamir/Reinemann, Carsten (2012): Political Information Opportunities in Europe: A Longitudinal and Comparative Study of 13 Television Systems. In: *International Journal of Press/Politics*. 17. Jg., H. 3, S. 247-274. Doi: 10.1177/1940161212442956.
- ETLING, Bruce/Kelly, John/Faris, Robert/Palfrey, Robert (2010): Mapping the Arabic blogosphere: politics and dissent online. In: *New Media and Society*. 12. Jg., H. 8, S. 1225–1243. Doi: 10.1177/1461444810385096.
- EUROPEAN COMMISSION (2013a): *European citizenship (Eurobarometer 80)*. Brussels, Belgium: European Commission, DG COMM, Strategy, Corporate Communication Actions and Eurobarometer Unit. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb80/eb80_first_en.pdf [29.10.2015].
- EUROPEAN COMMISSION (2013b): *Media use in the European Union (Eurobarometer 80)*. Brussels, Belgium: European Commission, DG COMM, Strategy, Corporate Communication Actions and Eurobarometer Unit. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb82/eb82_media_en.pdf [29.10.2015].
- EUROPEAN COMMISSION (2015): *Standard Eurobarometer 83*. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb83/eb83_en.htm [18.12.2015].
- EVANS, Kelly (2009): *The New Stars of the Blogosphere*. In: *The Wall Street Journal*. 16.07.2009. <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052970203739404574288793998936838> [11.09.2016].
- FALASCA, Kajsa (2014): Framing the Financial Crisis. An unexpected interaction between the Government and the Press. In: *Observatorio (OBS)*. 8. Jg., H. 1, S. 1-21. <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/752/641> [29.08.2016].
- FERREE, Myra Marx/Gamson, William/Gerhards, Jürgen/Rucht, Dieter (2002a): Four Models of the Public Sphere in Modern Democracies. In: *Theory and Society*. 31. Jg., H. 3, S. 289-324.
- FERREE, Myra Marx/Gamson, William/Gerhards, Jürgen/Rucht, Dieter (2002b): *Shaping Abortion Discourse: Democracy and the Public Sphere in Germany and the United States*. New York: Cambridge University Press.

- FICO, Frederick/Lacy, Stephen/Wildman, Steven S./Baldwin, Thomas/Bergan, Daniel/Zube, Paul (2012): Citizen Journalism Sites as Information Substitutes and Complements for United States Newspaper Coverage of Local Governments. In: *Digital Journalism*. 1. Jg., H. 1, S. 152-168. Doi: 10.1080/21670811.2012.740270.
- FINK, Katherine/Anderson, C. W (2014): Data Journalism in the United States. In: *Journalism Studies*. 16. Jg., H. 4, S. 467-481. Doi: 10.1080/1461670X.2014.939852.
- FISCHER, Malte (2013): Keynes' Rezepte für die Politik. Geistesblitze der Ökonomie (I). In: *Wiwo.de*. 06.07.2013. <http://www.wiwo.de/politik/konjunktur/neue-serie-geistesblitze-i-keynes-rezepte-fuer-die-politik/8451996.html> [02.09.2016].
- FISHKIN, James S./Luskin, Robert C./Siu, Alice (2014): Europolis and the European public sphere: Empirical explorations of a counterfactual ideal. In: *European Union Politics*. 15. Jg., H. 3, S. 328-351. Doi: 10.1177/1465116514531507.
- FLEURY, Jean-Baptiste/Marciano, Alain (2013): Becker and Posner: Freedom of Speech and Public Intellectualship. In: *History of Political Economy*. 45. Jg., Sonderheft 1, S. 254-278. Doi: 10.1215/00182702-2311016.
- FOUCAULT, Michel (1993 [1977]): Überwachen und Strafen: Die Geburt des Gefängnisses. Aus dem Französischen übersetzt von Walter Seitter (15. Aufl.). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- FRAILE, Marta (2011): Widening or Reducing the Knowledge Gap? Testing the Media Effects on Political Knowledge in Spain (2004-2006). In: *Harvard International Journal of Press/Politics*. 16. Jg., H. 2; S. 163-184. Doi: 10.1177/1940161210388413.
- FRANKFURTER ALLGEMEINE SONNTAGSZEITUNG (2013): Nach dem Lehman-Kollaps. Die entscheidenden vier Wochen in der Finanzkrise. In *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*. Nr. 36 vom 08.09.2013, S. 20-21.
- FRASER, Nancy (1992): Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. In: Calhoun, Craig (Hg.): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge: MIT Press, S. 109-142.
- FRELON, Deen G. (2010): Analyzing online political discussion using three models of democratic communication. In: *New Media and Society*. 12. Jg., H. 7, S. 1172-1190. Doi: 10.1177/1461444809357927.
- FRETWURST, Benjamin/Gehrau, Volker/Weber, Rene (2005): Notwendige Angaben zu Auswahlverfahren. Theoretische Überlegungen und eine empirische Auswertung der Dokumentationspraxis in der KW. In: Gehrau, Volker/Fretwurst, Benjamin/Krause, Birgit/Daschmann, Gregor (Hg.): *Auswahlverfahren in der Kommunikationswissenschaft*. Köln: von Halem-Verlag, S. 33-51.
- FRIEDLAND, Lewis A./Hove, Thomas/Rojas, Hernando (2006): The Networked Public Sphere. In: *Javnost – The Public*. 13. Jg., H. 4, S. 5-26.

- FRIEMEL, Thomas N. (2008): Netzwerkanalytische Methoden zur Identifizierung von Kommunikationsrollen. In: Stegbauer, Christian (Hg.): Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie. Ein neues Paradigma in den Sozialwissenschaften. Wiesbaden: VS Verlag, S. 179-190.
- FRIEMEL, Thomas N. (2016): The digital divide has grown old: Determinants of a digital divide among seniors. In: *New Media and Society*. 18. Jg., H. 2, S. 313-331. Doi: 10.1177/1461444814538648.
- FRÖHLICH, Romy/Quiring, Oliver/Engesser, Sven (2012): Between idiosyncratic self-interests and professional standards: A contribution to the understanding of participatory journalism in Web 2.0. Results from an online survey in Germany. In: *Journalism*. 13. Jg., H. 8, S. 1041-1063. Doi: 10.1177/1464884912442282.
- FRÜH, Werner (2001): Inhaltsanalyse. Konstanz: UVK.
- FRÜH, Werner (2007): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. Konstanz: UVK.
- FU, J. Sophia (2016): Leveraging Social Network Analysis for Research on Journalism in the Information Age. In: *Journal of Communication*. 66. Jg., H. 2, S. 299-313. Doi: 10.1111/jcom.12212.
- FUCHS, Christian (2014a): Social Media and the Public Sphere. In: *triple*. 12. Jg., H. 1, S. 57-101.
- FUCHS, Christian (2014b): *Social Media. A Critical Introduction*. Los Angeles u. a.: Sage.
- FUCHS, Dieter (1993): Eine Metatheorie des demokratischen Prozesses (WZB Discussion Paper, FS III 93-202). Berlin: WZB.
- FUCHS, Stephan (2001): *Against essentialism: a theory of culture and society*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- FUCHS, Stephan (2010): Kulturelle Netzwerke. Zu einer relationalen Soziologie symbolischer Formen. In: Fuhse, Jan/Mützel, Sophie (Hg.): *Relationale Soziologie. Zur kulturellen Wende der Netzwerkforschung*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 48-68.
- GABY, Sarah/Caren, Neal (2012): Occupy Online: How Cute Old Men and Malcolm X Recruited 400,000 US Users to OWS on Facebook. In: *Social Movement Studies*. 11. Jg., H. 3-4, S. 367-374. Doi: 10.1080/14742837.2012.708858.
- GAMPER, Markus/Reschke, Linda (2010): Soziale Netzwerkanalyse. Eine interdisziplinäre Erfolgsgeschichte. In: Gamper, Markus/Reschke, Linda (Hg.): *Knoten und Kanten. Soziale Netzwerkanalyse in der Wirtschafts- und Migrationsforschung*. Bielefeld: transcript-Verlag, S. 13-51.
- GANDEL, Stephen (2011): The 25 Best Financial Blogs. Inside the List. In: *Time Magazine*. 07.03.2011. http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2057116_2057307_2057309,00.html [12.05.2016].
- GARDEN, Mary (2012): Defining blog: A fool's errand or a necessary undertaking. In: *Journalism*. 13. Jg., H. 4, S. 483-499. Doi: 10.1177/1464884911421700.

- GARDEN, Mary (2016): Australian journalist-blogs: A shift in audience relationships or mere window dressing? In: *Journalism*. 17. Jg., H. 3, S. 331-347. Doi: 10.1177/1464884914557923.
- GEIß, Stefan (2013a): Entwicklung und Wettbewerb der Deutungsmuster. Konkurrierende Frames und Deutungshoheit in der Krisenberichterstattung. In: Quiring, Oliver/Kepplinger, Hans Mathias/Weber, Mathias/Geiß, Stefan (Hg.): *Lehman Brothers und die Folgen. Berichterstattung zu wirtschaftlichen Interventionen des Staates*. Wiesbaden: Springer VS, S. 153-183.
- GEIß, Stefan (2013b): Struktur der Deutungsmuster. Identifikation und Charakterisierung der Frames in der Wirtschaftsberichterstattung. In: Quiring, Oliver/Kepplinger, Hans Mathias/Weber, Mathias/Geiß, Stefan (Hg.): *Lehman Brothers und die Folgen. Berichterstattung zu wirtschaftlichen Interventionen des Staates*. Wiesbaden: Springer VS, S. 129-152.
- GEIß, Stefan (2013c): Zwischenmediale Einflüsse: Koorientierung und Verselbstständigungstendenzen der Medien in Orientierungs- und Routinephasen. In: Quiring, Oliver/Kepplinger, Hans Mathias/Weber, Mathias/Geiß, Stefan (Hg.): *Lehman Brothers und die Folgen. Berichterstattung zu wirtschaftlichen Interventionen des Staates*. Wiesbaden: Springer VS, S. 91-110.
- GERBAUDO, Paolo (2012): *Tweets and the Streets. Social Media and Contemporary Activism*. London: Pluto Press.
- GERHARDS, Jürgen (1993a): Neue Konfliktlinien in der Mobilisierung öffentlicher Meinung. Eine Fallstudie. Wiesbaden: VS Verlag.
- GERHARDS, Jürgen (1993b): Westeuropäische Integration und die Schwierigkeiten der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit. In: *Zeitschrift für Soziologie*. 22. Jg., H. 2, S. 96-110.
- GERHARDS, Jürgen (1994): Politische Öffentlichkeit. Ein system- und akteurstheoretischer Bestimmungsversuch. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen* (Sonderheft 34 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie). Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 77-105.
- GERHARDS, Jürgen (1997): Diskursive versus liberale Öffentlichkeit: Eine empirische Auseinandersetzung mit Jürgen Habermas. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. 49 Jg., H. 1, S. 1-39.
- GERHARDS, Jürgen (2012): From Babel to Brussels. European Integration and the Importance of Transnational Linguistic Capital. *Berlin Studies on the Sociology of Europe (BSSE)*. No. 28. Berlin: Freie Universität Berlin. http://www.polsoz.fu-berlin.de/soziologie/arbeitsbereiche/makrosoziologie/arbeitspapiere/pdf/Gerhards_2012_From_Babel_to_Brussels.pdf [22.12.2015].
- GERHARDS, Jürgen/Hans, Silke (2012): Virtuelle Transnationalisierung. Partizipation der EU-Bürger an einer transnationalen europäischen Öffentlichkeit. *BSSE-*

- Arbeitspapier Nr. 27. Berlin: Freie Universität Berlin. http://www.polsoz.fu-berlin.de/soziologie/arbeitsbereiche/makrosoziologie/arbeitspapiere/bsse_27.html [04.01.2016].
- GERHARDS, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm W. (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit Fragestellungen und Ansätze. Veröffentlichungsreihe der Abteilung Öffentlichkeit und soziale Bewegung des Forschungsschwerpunkts Sozialer Wandel, Institutionen und Vermittlungsprozesse des Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung. FS III 90-101. <http://www.polsoz.fu-berlin.de/soziologie/arbeitsbereiche/makrosoziologie/mitarbeiter/lehrstuhllehrst/dateien/GerhardsNeidhardt-1990.pdf> [20.09.2015].
- GERHARDS, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm W. (1991): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. In: Müller-Doohm, Stefan/Neumann-Braun, Klaus (Hg.): Öffentlichkeit, Kultur; Massenkommunikation. Oldenburg: Universitätsverlag, S. 31-89.
- GERHARDS, Jürgen/Schäfer, Mike S. (2006): Die Herstellung einer öffentlichen Hegemonie: Humangenomforschung in der deutschen und der US-amerikanischen Presse. Wiesbaden: VS Verlag.
- GERHARDS, Jürgen/Schäfer, Mike S. (2007): Demokratische Internet-Öffentlichkeit? Ein Vergleich der öffentlichen Kommunikation im Internet und in den Printmedien am Beispiel der Humangenomforschung. In: Publizistik. 52. Jg., H. 2, S. 210-228.
- GERHARDS, Jürgen/Schäfer, Mike S. (2012): Terrorismus-Berichterstattung zwischen nationalen Spezifika und globaler Standardisierung. Eine Inhaltsanalyse der Hauptnachrichten von CNN, Al Jazeera, BBC und ARD. In: Medien und Kommunikationswissenschaft, 60. Jg., Sonderband Nr. 2, S. 115–140.
- GERHARDS, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm W./Rucht, Dieter (1998): Zwischen Diskurs und Palaver: Strukturen öffentlicher Meinungsbildung am Beispiel des Abtreibungsdiskurses in der Bundesrepublik. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- GIBSON, David R. (2005): Taking Turns and Talking Ties: Networks and Conversational Interaction. In: American Journal of Sociology. 110. Jg., H. 6, S. 1561-1597.
- GIDDENS, Anthony (1990): The Consequences of Modernity. Cambridge/Oxford: Polity Press.
- GIDDENS, Anthony (1991): Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age. Cambridge/Oxford: Polity.
- GIL DE ZUNIGA, Homero/Veenstra, Aaron/Vraga, Emily/Shah, Dhavan (2010): Digital Democracy: Reimagining Pathways to Political Participation. In: Journal of Information Technology and Politics. 7. Jg., H. 36, S. 36-51. Doi: 10.1080/19331680903316742.
- GIL DE ZUNIGA, Homero (2015): Toward a European Public Sphere? The Promise and Perils of Modern Democracy in the Age of Digital and Social Media. In: International Journal of Communication. 9. Jg., S. 3152-3160.

- GLOBAL STAT (o. J.): Database on Developments in a globalized world. <http://www.globalstat.eu/en/> [11.04.2016].
- GILETTE, Felix (2014): Department of Blogging Extinction: Technorati Rankings Are Dead. *Bloomberg Business*. <http://www.bloomberg.com/bw/articles/2014-06-24/departments-of-blogging-extinction-technorati-rankings-are-dead> [07.03.2016]
- GÖRKE, Alexander (2008): Perspektiven einer Systemtheorie öffentlicher Kommunikation. In: Winter, Carsten/Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich (Hrsg.): *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 173-191.
- GRAEFE, Andreas (2016): *Guide to Automated Journalism*. New York, NY: Tow Center for Digital Journalism. Columbia Journalism School. <http://towcenter.org/research/guide-to-automated-journalism/> [04.03.2016].
- GRAMPP (2011): Marshall McLuhan. Eine Einführung. Konstanz: UTB.
- GRENZ, Fabian/Donges, Patrick (2018): Fachöffentlichkeiten in der politischen Kommunikation. Erkundungen zwischen Medienöffentlichkeit und Policy-Netzwerken. In: *Studies in Communication and Media*, 7. Jg., H. 3, S. 392-422. Doi: 10.5771/2192-4007-2018-3-392.
- GROSHEK, Jacob (2009): The Democratic Effects of the Internet, 1994—2003. A Cross-National Inquiry of 152 Countries. In: *International Communication Gazette* 71. Jg., H. 3, S. 115-136. Doi: 10.1177/1748048508100909.
- GROSHEK, Jacob/Al-Rawi, Ahmed (2015): Anti-Austerity in the Euro Crisis: Modeling Protest With Online-Mobile-Social Media Usage, Users, and Content. In: *International Journal of Communication*. 9. Jg., S. 3280-3303.
- GROUVEN, Ulrich/Bender, Ralf/Ziegler, Andreas/Lange, Stefan (2007): Der Kappa-Koeffizient. In: *Deutsch Medizinische Wochenzeitschrift*. 132. Jg., S. 65-68. Doi: 10.1055/s-2007-959046.
- GRUSIN, Richard (2014): Die Prämediation von Finanzmarktpublika: Der Fall #occupywallstreet. In: Langenohl, Andreas/Wetzel, Dietmar J. (Hg.): *Finanzmarktpublika. Moralität, Krisen und Teilhabe in der ökonomischen Moderne*. Wiesbaden: Springer VS, S. 219-226.
- HAAS, Jessica/Malang, Thomas (2010): Beziehungen und Kanten. In: Stegbauer, Christian/Häußling, Roger (Hg.): *Handbuch Netzwerkforschung*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 89-98.
- HAAS, Tanni (2005): From „Public Journalism“ to the „Public’s Journalism“? Rhetoric and reality in the discourse on weblogs. In: *Journalism Studies*. 6. Jg., H. 3, S. 387-396.
- HABERMAS, Jürgen (1987): *The Theory of communicative action: Lifeworld and reason: A critique of functionalist reason*. Boston, MA: Beacon Press.
- HABERMAS, Jürgen (1990 [1962]): *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- HABERMAS, Jürgen (1994 [1992]): Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats (4., durchges. und um ein Nachwort und Literaturverzeichnis erw. Aufl.). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- HABERMAS, Jürgen (2008): Hat die Demokratie noch eine epistemische Dimension? Empirische Forschung und normative Theorie. Dem Andenken von Bernhard Peters. In: Habermas, Jürgen (Hg.): Ach, Europa. Kleine Politische Schriften XI. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 138-192.
- HABERMAS, Jürgen/Derrida, Jaques (2005): February 15, or, what binds Europeans together: Plea for a Common Foreign Policy, Beginning in Core Europe. In: Levy, Daniel/Pensky, Max/Torpey, John (Hg.): Old Europe, New Europe, Core Europe. Transatlantic Relations After the Iraq War. London, New York, NY: Verso, S. 3-13.
- HAFEZ, Kai (2005): Mythos Globalisierung. Warum die Medien nicht grenzenlos sind. Wiesbaden: VS Verlag.
- HAIDER, Jutta (2014): Taking the environment online. Issue and link networks surrounding personal green living blogs. In: Online Information Review. 38. Jg., H. 2, S. 248-264. Doi: 10.1108/OIR-03-2013-0052.
- HALAVAIS, Alexander (2000): National Borders on the World Wide Web. In: New Media and Society. 2. Jg., H.1, S. 7-28. Doi: 10.1177/14614440022225689.
- HALAVAIS, Alexander (2008): The Hyperlink as Organising Principle. In: Turow, J/Tsui, L (Hg.): The Hyperlinked Society. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, S. 39-55.
- HALE, Scott A. (2012): Net Increase? Cross-Lingual Linking in the Blogosphere. In: Journal of Computer-Mediated Communication. 17. Jg., H. 2, S. 135-151. Doi: 10.1111/j.1083-6101.2011.01568.x.
- HALE, Scott A. (2014): Global Connectivity and Multilinguals in the Twitter Network. In: Proceedings of the 32nd International Conference on Human Factors in Computing Systems, One of a CHIInd (CHI'14), ACM, 26.04.-01.05.2014, Toronto, ON, Canada. <http://dx.doi.org/10.1145/2556288.2557203> [09.10.2015].
- HALLIN, Daniel C./Mancini, Paolo (2004): Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge University Press.
- HALLIN, Daniel C./Mancini, Paolo (2012a): Comparing Media Systems Beyond the Western World. Cambridge/New York, NY u. a.: Cambridge University Press.
- HALLIN, Daniel C./Mancini, Paolo (2012b): Comparing Media Systems. A Response to Critics. In: Esser, Frank/Hanitzsch, Thomas (Hg.): The Handbook of Comparative Communication Research. New York, NY/London: Routledge, S. 207-220.
- HAMPTON, Keith N. (2010): Internet Use and the Concentration of Disadvantage: Globalization and the Urban Underclass. In: American Behavioral Scientist, 53 Jg., H. 8, S. 1111-1132. Doi:10.1177/0002764209356244.

- HAMPTON, Keith N./Wellman, Barry (2002): The Not So Global Village of Netville. In: Wellman, Barry/Haythornthwaite, Caroline (Hg.): *The Internet in Everyday Life*. Oxford, UK: Blackwell, S. 345-371.
- HANITZSCH, Thomas/Esser, Frank (2012): Challenges and Perspectives of Comparative Communication Inquiry. In: Esser, Frank/Hanitzsch, Thomas (Hg.): *The Handbook of Comparative Communication Research*. New York, NY/London: Routledge, S. 501-497.
- HARDY, Jonathan (2012): Comparing Media Systems. In: Esser, Frank/Hanitzsch, Thomas (Hg.): *The Handbook of Comparative Communication Research*. New York, NY/London: Routledge, S. 185-206.
- HARGITTAI, Eszter/Hinnant, Amanda (2008): Digital Inequality Differences in Young Adults' Use of the Internet. In: *Communication Research*. 35. Jg., H. 5, S. 602-621. Doi: 10.1177/0093650208321782.
- HARNISCHMACHER, Michael (2014): Journalism after all: Professionalism, content and performance – A comparison between alternative news websites and websites of traditional newspapers in German local media markets. In: *Journalism*. 16. Jg., H. 8, S. 1062-1084. Doi: 10.1177/1464884914554177.
- HASEBRINK, Uwe (2012): Comparing Media Use and Reception. In: Esser, Frank/Hanitzsch, Thomas (Hg.): *The Handbook of Comparative Communication Research*. New York, NY/London: Routledge, S. 382-399.
- HASEBRINK, Uwe/Bruhn Jensen, Klaus/van den Bulck, Hilde/Hölig, Sascha/Maesele, Pieter (2015): Changing Patterns of Media Use Across Cultures. In: *International Journal of Communication*. 9. Jg., S. 435-457. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3452/1303> [08.04.2016].
- HAUBEN, Michael (1996): The Net and Netizens: The Impact the Net has on People's Lives. http://www.columbia.edu/~hauenben/ronda2014/THE_NET_AND_NETIZENS.pdf [13.05.2016].
- HEINDERYCKX, Francois (2015): Transnational News Media and the Elusive European Public Sphere. In: *International Journal of Communication*. 9. Jg., S. 3161-3176.
- HEINRICH, Jürgen (1989): Wirtschaftsjournalismus. In: *Publizistik*. 34. Jg., H. 3, S. 284-296.
- HEINRICH, Jürgen/Moss, Christoph (2006): *Wirtschaftsjournalistik. Grundlagen und Praxis*. Wiesbaden: VS Verlag.
- HELD, David/McGrew, Anthony G./Goldblatt, David/Perraton, Jonathan (1999): *Global Transformations. Politics, Economics and Culture*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- HELLMUELLER, Lea (2014): The Analytical Model of Transnational Journalism Culture. In: Hellmueller, Lea (Hg.): *The Washington, DC Media Corps in the 21st Century. The Source-Correspondent Relationship*. New York, NY: Palgrave Macmillan, S. 135-148.

- HEPP, Andreas (2009): Digitale Medien, Migration und Disapora: Deterritoriale Vergemeinschaftung jenseits nationaler Integration. In: Hunger, Uwe/Kissau, Kathrin (Hg.): *Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 33-51.
- HEPP, Andreas/Lingenberg, Swantje/Elsler, Monika/Möller, Johanna/Mollen, Anne/Offerhaus, Anke (2013): „I just hope the whole thing won't collapse“: „Understanding“ and „overcoming“ the EU financial crisis from the citizens' perspective. *TranState Working Paper 168*, Bremen: Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung (ZeMKI). <http://www.sfb597.uni-bremen.de/pages/pubApBeschreibung.php?SPRACHE=en&ID=209> [30.05.2016].
- HEPP, Andreas/Elsler, Monika/Lingenberg, Swantje/Mollen, Anne/Möller, Johanna/Offerhaus, Anke (2016): *The communicative construction of Europe: Cultures of political discourse, public sphere, and the euro crisis*. Palgrave Macmillan.
- HERBERS, Martin R./Friedemann, Anne (2010): Spezielle Fragen der Reliabilität und Validität bei Online-Inhaltsanalysen. In: Welker, Martin/Wünsch, Carsten (Hg.): *Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet*. Köln: von Halem-Verlag, S. 240-266.
- HERRING, Susan C. (2008): Web Content Analysis: Expanding the Paradigm. In: Hunsinger, Jeremy/Klastrup, Lisbeth/Allen, Matthew M. (Hg.): *International Handbook of Internet Research*. Heidelberg/London/New York: Springer, S. 233-249.
- HERRING, Susan C./Kouper, Inna/Paolillo, John C./Scheidt, Lois Ann/Tyworth, Michael/Welsch, Peter/Wright, Elijah/Yu, Ning (2005a): Conversations in the Blogosphere: An Analysis "From the Bottom Up". *Proceedings of the Thirty-Eight Hawaii'I International Conference on System Sciences (HICSS-38)*, Los Alamitos: IEEE Press. <https://www.computer.org/csdl/proceedings/hicss/2005/2268/04/22680107b.pdf> [26.02.2016].
- HERRING, Susan C./Scheidt, Lois Ann/Wright, Elijah/Bonus, Sabrina (2005b): Weblogs as a bridging genre. In: *Information, Technology, and People*. 18. Jg., H. 22, S. 142-171.
- HIGHFIELD, Timothy (2011): *Mapping Intermedia News Flows: Topical Discussions in the Australian and French Political Blogospheres*. http://eprints.qut.edu.au/48115/1/Timothy_Highfield_Thesis.pdf [17.05.2016].
- HIMELBOIM, Itai (2010): The International Network Structure of News Media: An Analysis of Hyperlinks Usage in News Web sites. In: *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. 54. Jg., H. 3, S. 373-390. Doi: 10.1080/08838151.2010.499050.
- HIMELBOIM, Itai/McCreery, Stephen/Smith, Marc (2013): Birds of a Feather Tweet Together: Integrating Network and Content Analyses to Examine Cross-Ideology Exposure on Twitter. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*. 18. Jg., H. 2, S. 40-60. Doi: 10.1111/jcc4.12001
- HINDMAN, Matthew (2009): *The myth of digital democracy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

- HINNENKAMP, Volker (2010): Vom Umgang mit Mehrsprachigkeiten. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*. H. 8, S. 27-32. <http://www.bpb.de/apuz/32955/vom-umgang-mit-mehrsprachigkeiten?p=all> [03.05.2016].
- HITLIN, Paul/Tan, Sovini (2011): Bloggers Back the Occupy Wall Street Protests. *PEJ New Media Index* October 17-21, 2011. <http://www.journalism.org/2011/10/27/bloggers-back-occupy-wall-street-protests/> [02.05.2016].
- HÖFLICH, Joachim R. (1992): Kommunikationstechnologien, Kommunikationsnetze und die Diffusion von Bedeutung. Eine Forschungsskizze. In: *Communications*. 17. Jg., H.3, S. 311-330.
- HÖFLICH, Joachim R. (1997): Zwischen massenmedialer und technisch vermittelter interpersonaler Kommunikation – der Computer als Hybridmedium und was die Menschen damit machen. In: Beck, Klaus/Vowe, Gerhard (Hg.): *Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation?* Berlin: Wissenschaftsverlag Volker Spiess, S. 85-104.
- HOFFMANN, Andreas/Köhler, Ekkehard A. (2010): Ursachen und ordnungspolitische Konsequenzen der Finanzkrise. In: Altmiks, Peter (Hg.): *Im Schatten der Finanzkrise. Muss das staatliche Zentralbankwesen abgeschafft werden?* Olzog: München, S. 103-133.
- HOFFMANN, Catherine/Schäfer, Ulrich (2013): Das große Schulden-Spiel. In: *Süddeutsche Zeitung*. Nr. 213 vom 14./15.09.2013, S. 22-23.
- HOFFMANN Alves, Pedro (2013): Google Page Rank – was ist das? 29.07.2013. http://praxistipps.chip.de/google-pagerank-was-ist-das_9549 [14.04.2016].
- HOFSTEDE, Gerard H. (1980): *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills, CA: Sage.
- HOGAN, Bernie (2008): Analyzing Social Networks via the Internet. In: Fielding, Nigel/Lee, Raymond M./Blank, Grant (Hg.): *The SAGE Handbook of Online Methods*. Los Angeles u. a.: Sage, S. 141-160.
- HOHLFELD, Ralf/Dörsam, Steffen (2008): Börse im Blog. Eine Analyse medienintegrierter und unabhängiger Finanz-Weblogs. In: Quandt, Thorsten/Schweiger, Wolfgang (Hg.): *Journalismus online: Partizipation oder Profession?* Wiesbaden: VS Verlag, S. 95-110.
- HOLZER, Boris (2005): Vom globalen Dorf zur kleinen Welt: Netzwerke und Konnektivität in der Weltgesellschaft. In: Heintz, Bettina/Münch, Richard/Tyrell, Hartmann (Hg.): *Zeitschrift für Soziologie, Sonderheft "Weltgesellschaft – Theoretische Zugänge und empirische Problemlagen"*, S. 314-329.
- HOLZER, Boris (2009): Netzwerktheorie. In: Kneer, Georg/Schroer, Markus (Hg.): *Handbuch Soziologische Theorien*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 253-275.
- Hyun, Ki Deuk (2012): Americanization of Web-Based Political Communication? A Comparative Analysis of Political Blogospheres in the United States, the United

- Kingdom, and Germany. In: *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 89. Jg., H. 3, S. 397-413. Doi: 10.1177/1077699012447919.
- IKEDA, Ken'ichi/Yasuda, Yuki (2015): Social Networks. In: Mazzoleni, Gianpietro (Hg.): *The International Encyclopedia of Political Communication*, Vol. 3. Malden, MA: Wiley-Blackwell, S. 1504-1511.
- ILLING, Falk (2013): *Deutschland in der Finanzkrise. Chronologie der deutschen Wirtschaftspolitik 2007-2012*. Wiesbaden: Springer VS.
- IMBUSCH, Peter/Rucht, Dieter (2005): Integration und Desintegration in modernen Gesellschaften. In: Heitmeyer, Wilhelm/Imbusch, Peter (Hg.): *Integrationspotenziale einer modernen Gesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 13-71.
- IMHOF, Kurt (2003a): Öffentlichkeitstheorien. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hg.): *Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 193-209.
- IMHOF, Kurt (2003b): Politik im neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit. In: Nassehi, Armin/Schroer, Markus (Hg.): *Der Begriff des Politischen. Grenzen der Politik oder Politik ohne Grenzen? Sonderband der „Sozialen Welt“*, München, S. 313-329.
- IMHOF, Kurt (2005): Medien und Öffentlichkeit. In: Jäckel, Michael (Hg.): *Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder*. Wiesbaden: VS- Verlag, S. 273-293.
- IMHOF, Kurt (2006a): Mediengesellschaft und Medialisierung. In: *Medien und Kommunikationswissenschaft*. 54. Jg., H. 2, S. 191-215.
- IMHOF, Kurt (2008): Theorie der Öffentlichkeit als Theorie der Moderne. In: Winter, Carsten/Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich (Hg.): *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 65-89.
- IMHOF, Kurt (2010): Globalisierung, Finanzkrise, Öffentlichkeit – die Rache der Moral. In: Aßländer, Michael S./Löhr, Albert (Hg.): *Corporate Social Responsibility in der Wirtschaftskrise. Reichweiten der Verantwortung*. München/Mering: Rainer Hampp Verlag, S. 285-308.
- IMHOF, Kurt (2011): *Die Krise der Öffentlichkeit. Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels*. Frankfurt a.M.: Campus Verlag.
- IMHOF, Kurt (2013). Austritt aus der selbstverschuldeten Unmündigkeit: Wie differenzieren wir das Soziale? In: Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried (Hg.): *Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeit. Mediensymposium*. Springer VS, Wiesbaden. S. 79-90. Doi:10.1007/978-3-658-00348-7_6.
- INGLEHART, Ronald. (1989): *Kultureller Umbruch. Wertewandel in der westlichen Welt*. Frankfurt a. M. und New York: Campus.
- IWF (2015): *General Government Gross Debt. Report for Selected Countries*. In: *World Economic Outlook Database*, October 2015. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/02/weodata/index.aspx> [29.07.2016].

- JACKSON, Sarah J./Foucault Welles, Brooke (2015): Hijacking #myNYPD: Social Media Dissent and Networked Counterpublics. In: *Journal of Communication*. 65. Jg., H. 6, S. 932-952. Doi: 10.1111/jcom.12185.
- JANSEN, Dorothea (2006): Einführung in die Netzwerkanalyse. Grundlagen, Methoden, Forschungsbeispiele (3., überarb. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag.
- JARREN, Otfried/Donges, Patrick (2011): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung (3., grundlegend überarb. und aktualis. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag.
- JENKINS, Henry/Thorburn, David (2003): *Democracy and new media*. Cambridge: MIT Press.
- JERS, Cornelia (2012): Konsumieren, Partizipieren und Produzieren im Web 2.0. Ein sozial-kognitives Modell zur Erklärung der Nutzungsaktivität. Köln: Herbert von Hellem Verlag.
- JOHN, Nicholas (2013): The Construction of the Multilingual Internet: Unicode, Hebrew, and Globalization. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*. 18. Jg., H. 3, S. 321–338. Doi: 10.1111/jcc4.12015.
- JORIS, Willem/d’Haenens Leen/van Gorp, Baldwin (2014): The Euro Crisis in Metaphors and Frames: Focus on the Press in the Low Countries. In: *European Journal of Communication*. 29. Jg., H. 5, S. 608-617. Doi: 10.1177/0267323114538852.
- JUNG, Katja (2010): Volk – Staat – (Welt-)Gesellschaft. Zur Konstruktion und Rekonstruktion von Kollektivität in einer globalisierten Welt. Wiesbaden: VS Verlag.
- JURKOWITZ, Mark (2014): The Growth in Digital Reporting. What it Means for Journalism and News Consumers. State of the Media. Pew Research Center. Journalism and Media. <http://www.journalism.org/2014/03/26/the-growth-in-digital-reporting/> [01.03.2016].
- KÄDTLER, Jürgen (2014): Finanzmarktöffentlichkeit und Finanzmarkttrationalität. Zu den Bestandsbedingungen einer Form bedingter Rationalität in der Krise. In: Langenohl, Andreas/Wetzel, Dietmar J. (Hg.): *Finanzmarktpublika. Moralität, Krisen und Teilhabe in der ökonomischen Moderne*. Wiesbaden: Springer VS, S. 173-195.
- KARAFILLIDIS, Athanasios (2010): Grenzen und Relationen. In: Fuhse, Jan/Mützel, Sophie (Hg.): *Relationale Soziologie. Zur kulturellen Wende der Netzwerkforschung*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 69-95.
- KARPF, David (2008): Understanding Blogspace. In: *Journal of Information Technology and Politics*, 5. Jg., H. 4, S. 369-385. Doi: 10.1080/19331680802546571.
- KARPF, David (2014) Comment on ‘Organization in the Crowd: peer production in large-scale networked protests’. In: *Information, Communication and Society*. 17. Jg., H. 2, S. 261-263, Doi: 10.1080/1369118X.2013.868020.
- KATZ, James E./Rice, Ronald E. (2005): Syntopia: Access, Civic Involvement, and Social Interaction on the Net. In: Wellman, Barry/Haythornthwaite, Caroline (Hg.): *The Internet in Everyday Life*. Malden, Oxford, Carlton: Blackwell, S. 114-138.

- KEANE, John (2003): *Global civil society?* Cambridge: Cambridge University Press.
- KEPPLINGER, Hans M. (2011): *Realitätskonstruktionen*. Wiesbaden: Springer VS.
- KEPPLINGER, Hans M./Ehmig, Simone C. (2005): *Content Guide Wirtschaftsmagazine 2005*. Ein Contentanalyse deutscher Wirtschaftsmagazine im Auftrag von Geldidee und Wertpapier. Hamburg
- KEPPLINGER, Hans M./Geiß, Stefan (2013a): Die Argumentationsqualität der Berichterstattung. In: Quiring, Oliver/Kepplinger, Hans Mathias/Weber, Mathias/Geiß, Stefan (Hg.): *Lehman Brothers und die Folgen*. Berichterstattung zu wirtschaftlichen Interventionen des Staates. Wiesbaden: Springer VS, S. 111-127.
- KISSAU, Kathrin/Hunger, Uwe (2009a): Im „Long Tail“ der Politik: Zum politischen Potential des Internet für Migranten. In: Hunger, Uwe/Kissau, Kathrin (Hg.): *Internet und Migration*. Theoretische Zugänge und empirische Befunde. Wiesbaden: VS Verlag, S. 15-32.
- KISSAU, Kathrin/Hunger, Uwe (2009b): *Politische Sphären von Migranten im Internet*. Neue Chancen im Long Tail der Politik. Baden-Baden: Nomos.
- KJAER, Peter/Slaatta, Tore (2007) (Hg.): *Mediating Business: The Expansion of Business Journalism*. Gylling: Copenhagen Business School Press/Narayana Press.
- KLEINEN-VON KÖNIGSLÖW, Katharina (2010a): Die Arenen-Integration nationaler Öffentlichkeiten. Der Fall der wiedervereinten deutschen Öffentlichkeit. Wiesbaden: VS Verlag.
- KLEINEN-VON KÖNIGSLÖW, Katharina (2010b): Europe for the People? The Europeanization of Public Spheres in the Tabloid Press. In: Trefas, David/Lucht, Jens (Hg.): *Europe on Trial: Shortcomings of the EU with Regard to Democracy, Public Sphere, and Identity*, S. 44–60.
- KLEINEN-VON KÖNIGSLÖW, Katharina/Möller, Johanna (2009): Nationalisierte Europäisierung: Die Entwicklung der polnischen Medienöffentlichkeit nach 1989. In: *Jahrbuch Nordost Archiv*, 18. Jg., S. 101-139.
- KLEINSTEUBER, Hans J. (2003): Mediensysteme im internationalen Vergleich. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hg.): *Öffentliche Kommunikation*. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 382-396.
- KLEINNIJENHUIS, Jan/Schultz, Friederike/Oegema, Dirk/van Atteveldt, Wouter (2013): Financial News and Market Panics in the Age of High-Frequency Sentiment Trading Algorithms. In: *Journalism*. 14. Jg., H. 2, S. 271-291. Doi: 10.1177/1464884912468375.
- KLEINNIJENHUIS, Jan/Schultz, Friederike/Oegema, Dirk (2014): Frame Complexity and the Financial Crisis: A Comparison of the United States, the United Kingdom, and Germany in the Period 2007-2012. In: *Journal of Communication*. 65. Jg., H. 1, S. 1-23. Doi: 10.1111/jcom.12141.

- KLUVER, Randolph (2015): Internet. In: Mazzoleni, Gianpietro (Hg.): *The International Encyclopedia of Political Communication*, Vol. 2. Malden, MA: Wiley-Blackwell, S. 564-574.
- KLUVER, Randolph/Jankowski, Nicholas W./Foot, Kirsten A./Schneider, Steven M. (Hg.): *The Internet and national elections: A comparative study of Web campaigning*. New York, NY: Routledge.
- KNEIDINGER, Bernadette (2013): *Geopolitische Identitätskonstruktionen in der Netzwerkgesellschaft. Mediale Vermittlung und Wirkung regionaler, nationaler und transnationaler Identitätskonzepte*. Wiesbaden: Springer VS.
- KNORR CETINA, Karin/Reichmann, Werner (2015): *Living Data in Financial Markets. Concepts and Consequences*. In: Süßenguth, Florian (Hg.): *Die Gesellschaft der Daten. Über die digitale Transformation der sozialen Ordnung*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 147-172.
- KÖHLER, Christina/Weber, Mathias (2013): *Die Finanz- und Wirtschaftskrise. Ursachen, Folgen und Interventionen*. In: Quiring, Oliver/Kepplinger, Hans Mathias/Weber, Mathias/Geiß, Stefan (Hg.): *Lehman Brothers und die Folgen. Berichterstattung zu wirtschaftlichen Interventionen des Staates*. Wiesbaden: Springer VS, S. 13-25.
- KOHRING, Matthias/Görke, Alexander/Ruhrmann, Georg (1999): *Das Bild der Gentechnik in den internationalen Medien: Eine Inhaltsanalyse meinungsführender Zeitschriften*. In: Hampel, J./Renn, O. (Hg.): *Gentechnik in der Öffentlichkeit: Wahrnehmung und Bewertung einer umstrittenen Technologie*, S. 292-316. Frankfurt a.M.: Campus.
- KOLB, Steffen (2004): *Verlässlichkeit von Inhaltsanalysedaten. Reliabilitätstest, Errechnen und Interpretieren von Reliabilitätskoeffizienten für mehr als zwei Codierer*. In: *Medien und Kommunikationswissenschaft*. 52. Jg., H. 3, S. 335-354.
- KOOPMANS, Ruud/Erbe, Jessica (2004): *Towards a European public sphere? Vertical and horizontal dimensions of Europeanised political communication*. In: *Innovation: The European Journal of Social Science Research*. 17. Jg., H. 2, S. 97-118.
- KOOPMANS, Ruud/Statham, Paul (2010a): *Theoretical Framework, Research Design, and Methods*. In: Koopmans, Ruud/Statham Paul (Hg.): *The Making of a European Public Sphere. Media Discourse and Political Contention*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, S. 34-59.
- KOOPMANS, Ruud/Statham Paul (Hg.) (2010b): *The Making of a European Public Sphere. Media Discourse and Political Contention*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- KOOPMANS, Ruud/Zimmermann, Ann (2003): *Internet: A New Potential for European Political Communication? Discussion Paper SP IV 2003-402*. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB). Veröffentlichungsreihe der Arbeitsgruppe "Politische Öffentlichkeit und Mobilisierung". <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.376.4248&rep=rep1&type=pdf> [20.07.2015].

- KOOPMANS, Ruud/Zimmermann, Ann (2010): Transnational political communication on the Internet. In: Koopmans, Ruud/Statham, Paul (Hg.): The making of a European public sphere. Media Discourse and Political Contention. Cambridge: Cambridge University Press, S. 171–194.
- KOOPMANS, Ruud/Erbe, Jessica/Meyer, Martin F. (2010): The Europeanization of Public Spheres. Comparisons across Issues, Time, and Countries. In: Koopmans, Ruud/Statham Paul (Hg.): The Making of a European Public Sphere. Media Discourse and Political Contention. Cambridge, UK: Cambridge University Press, S. 63-96.
- KORTE, Charles/Milgram, Stanley (1970): Acquaintance Linking between White and Negro Populations: Application of the Small World Problem. In: Journal of Personality and Social Psychology. 15. Jg., H.2, S. 101-118.
- Krackhardt, David/Stern, Robert N. (1988): Informal Networks and Organizational Crises: An Experimental Simulation. In: Social Psychology Quarterly, 51(2), S. 123-140.
- KRAIDY, Marwan M. (2005): Hybridity, or the cultural logic of globalization. Philadelphia: Temple University Press.
- KRIESI, Hanspeter/Grande, Edgar (2004): Nationaler politischer Wandel in entgrenzten Räumen. In: Beck, Ulrich/Lau, Christoph (Hg.): Entgrenzung und Entscheidung. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 402-420.
- KRIPPENDORFF, Klaus (2004): Content Analysis: An Introduction to its Methodology (2. Aufl.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- KRÜGER, Udo M. (2013): InfoMonitor 2012: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. Ereignisse, Themen und Akteure. In: Media Perspektiven. H. 2, S. 62-92.
- KUCKARTZ, Udo/Rädiker, Stefan/Ebert, Thomas/Schehl, Julia (2013): Statistik. Eine verständliche Einführung (2., überarb. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.
- LACY, Stephen/Duffy, Margaret/Riffe, Daniel/Thorson, Esther/Fleming, Ken (2010): Citizen Journalism Web Sites Complement Newspapers. In: Newspaper Research Journal. 31. Jg., H. 2, S. 34-46.
- LANGENOHL, Andreas (2009): Finanzmarktöffentlichkeiten: Die funktionale Beziehung zwischen Finanzmarkt und öffentlichem Diskurs. In: Diaz-Bone, Rainer/Krell, Gertrude (Hg.): Diskurs und Ökonomie. Wiesbaden: VS Verlag, S. 245-266.
- LANGENOHL, Andreas/Wetzel, Dietmar J. (2014): Finanzmarktpublika. Eine Agenda zur Erforschung der Verknüpfungen von Finanzmärkten und Öffentlichkeit. In: Langenohl, Andreas/Wetzel, Dietmar J. (Hg.): Finanzmarktpublika. Moralität, Krisen und Teilhabe in der ökonomischen Moderne. Wiesbaden: Springer VS, S. 9-28.
- LARSSON, Anders O. (2012): Understanding Nonuse of Interactivity in Online Newspapers: Insights From Structuration Theory. In: The Information Society: An International Journal. 28. Jg., H. 4, S. 253-263. Doi: 10.1080/01972243.2012.689272.

- LARSSON, Anders O./Hrastinski, Stefan (2011): Blogs and blogging: Current trends and future directions. In: *First Monday*. 16. Jg., H. 3. <http://firstmonday.org/article/view/3101/2836> [09.03.2016].
- LATZER, Michael/Hollnbuchner, Katharina/Just, Natascha/Saurwein, Florian (2014): The economics of algorithm selection on the Internet. Working Paper – Media Change and Innovation Division. Zürich: University of Zürich. http://www.media-change.ch/media/pdf/publications/Economics_of_algorithmic_selection_WP.pdf [04.03.2016].
- LAUF, Edmund/Peter, Jochen (2001): Die Codierung verschiedensprachiger Inhalte: Erhebungskonzepte und Gütemaße. In: Wirth, Werner/Lauf, Edmund (Hg.): *Inhaltsanalyse: Perspektiven, Probleme, Potentiale*. Köln: von Halem-Verlag, S. 199-217.
- LEE, Seungyoon/Monge, Peter R./Bar, Francois/Matei, Sorin (2007): The emergence of clusters in global telecommunications networks. In: *Journal of Communication*, 57. Jg., H. 3, S. 415–434. Doi: 10.1111/j.1460-2466.2007.00350.x.
- LEGGEWIE, Claus (1997): Netizens oder: der gut informierte Bürger heute. In: *Transit*. 13. Jg., H. 3, S. 3-25.
- LENHART, Amanda/Fox, Susannah (2006): Bloggers: A portrait of the internet's new storytellers. von <http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2006/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%202006.pdf> [08.03.2016].
- LEHMAN-WILZIG, Sam/Schejter, Amit (1994): Israel. In: Kamalipour, Yahya/Mowlana, Hamid (Hg.): *Mass Media in the Middle East: A Comprehensive Handbook*. Westport, CT/London: Greenwood Press, S. 111–114.
- LEIBFRIED, Stephan/Zürn, Michael (Hg.) (2005): *Transformations of the State?* Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- LESLIE, Christopher (2012): Decolonizing the internet. In: *Global Media and Communication*. 8. Jg., H. 1, S. 81-88. Doi: 10.1177/1742766512439806.
- LEUPOLD, Anna (2016): A structural approach to politicization in the Euro crisis. In: *West European Politics*. 39. Jg., H. 1, S. 84-103. Doi: 10.1080/01402382.2015.1081510.
- LEVINE, Timothy R./Park, Hee S./Kim, Rachel K. (2007): Some conceptual and theoretical Challenges from cross-cultural communication research in the 21st century. In: *Journal of Intercultural Communication Research*. 36. Jg., H. 3, S. 205-221. Doi: 10.1080/17475750701737140.
- LEWIS, Michael (2010): *The Big Short: Inside the Doomsday Machine*. New York, NY: W. W. Norton & Company.
- LIM, Merlyna (2009): Muslim Voices in the Blogosphere: Mosaics of Local-Global Discourses. In: Goggin, G./McLelland (Hg.): *Interanationalizing Internet Studies: Beyond Anglophone Paradigms*. New York: Routledge, S. 178-196.
- LIPSET, Seymour M./Rokkan, Stein (1967): Cleavage Structure, Party Systems, and Voter Alignments: An Introduction. In: Lipset, Seymour M./Rokkan, Stein. (Hg.):

- Party Systems and Voter Alignments. Cross-National Perspectives. New York, NY: Free Press, S. 1–64.
- LIU, Yinyuan (2016): Social Media in China. Wie deutsche Unternehmen soziale Medien im chinesischen Markt erfolgreich nutzen können. Wiesbaden: Springer Gabler.
- LIVINGSTONE, Sonia (2012): Challenges to Comparative Research in a Globalizing Media Landscape. In: Esser, Frank/Hanitzsch, Thomas (Hg.): *The Handbook of Comparative Communication Research*. New York, NY/London: Routledge, S 415-429.
- LIVINGSTONE, Sonia/Markham, Tim (2008): The Contribution of Media Consumption to Civic Participation. In: *British Journal of Sociology*. 59. Jg., H. 2, S. 351-371.
- LOMBARD, Matthew/Snyder-Duch, Jennifer/Bracken, Cheryl C. (2002): Content Analysis in Mass Communication: Assessment and Reporting of Intercoder Reliability. In: *Human Communication Research*. 28. Jg., H. 4, S. 587–604. Doi: 10.1111/j.1468-2958.2002.tb00826.x.
- LOMBORG, Stine (2009): Navigating the blogosphere: Towards a genre-based typology of weblogs. In: *First Monday*. 14. Jg., H. 5. <http://firstmonday.org/article/view/2329/2178> [08.03.2016].
- LOOSEN, Wiebke/Scholl, Armin (Hg.) (2012a): *Methodenkombinationen in der Kommunikationswissenschaft. Methodologische Herausforderungen und empirische Praxis*. Köln: von Halem.
- LOWREY, W (2006): Mapping the journalism-blogging relationship. In: *Journalism*. 7. Jg., H. 4, S. 477-500. Doi: 10.1177/1464884906068363.
- LUCHT, Jens (2010): European Public Sphere. Semantics of Difference in European Public Communication. In: Trefas, David/Lucht, Jens (Hg.): *Europe on Trial. Shortcomings of the EU with regard to democracy, public sphere, and identity*. Innsbruck: Studienverlag, S. 32-43.
- LUHMANN, Niklas (1977): Differentiation of Society. In: *Canadian Journal of Sociology*. 2. Jg., H. 1, S. 29–53. Doi: [10.2307/3340510](https://doi.org/10.2307/3340510).
- LUHMANN, Niklas (1990): Gesellschaftliche Komplexität und öffentliche Meinung. In: Luhmann, Niklas (Hg.): *Soziologische Aufklärung 5. Konstruktivistische Perspektiven*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 170-182.
- LUHMANN, Niklas (1997 [1987]): *Soziale Systeme: Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- LUHMANN, Niklas (1998): *Die Gesellschaft der Gesellschaft. Zweiter Teilband. Kapitel 4-5*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- LUHMANN, Niklas/Schorr, Karl-Eberhard (1988 [1979]): *Reflexionsprobleme im Erziehungssystem (4. Aufl.)*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- LULE, Jack (2012): *Globalization and media: Global Village of Babel*. Lanham: Rowman and Littlefield Publishers.
- LULL, James (2007): *Culture-on-demand: Communication in a crisis world*. Malden, MA: Blackwell.

- LUNT, Peter/Livingstone, Sonia (2013): Media studies' fascination with the concept of the public sphere: critical reflections and emerging debates. In: *Media, Culture and Society*. 35. Jg., H. 1, S. 87–96.
- LYNCH, Marc (2007): Blogging the new Arab public. In: *Arab Media and Society*. 1. Jg., S. 1-30. http://www.marclynch.com/wp-content/uploads/2011/03/20070312155027_AMS1_Marc_Lynch.pdf [11.05.2016].
- MAITLAND, Carleen F./Bauer, Johannes M. (2001): National level culture and global diffusion: The case of the Internet. In: Ess, Charles/Sudweeks, Fay (Hg.): *Culture, technology, com (Barnhurst 2011)unication towards an intercultural global village*. Albany, NY: State University of New York Press, S. 87-128.
- MALIK, Maja/Scholl, Armin (2009): Eine besondere Spezies. Strukturen und Merkmale des Internetjournalismus. Ergebnisse der repräsentativen Befragung ›Journalismus in Deutschland II‹. In: Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (Hg.): *Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung*. Wiesbaden: VS- Verlag, S. 169-195.
- MANNING, Paul (2013): Financial Journalism, News Sources and the Banking Crisis. In: *Journalism*. 14. Jg., H. 2, S. 173-189. Doi: 10.1177/1464884912448915.
- MARCINKOWSKI, Frank (1993): *Publizistik als autopoietisches System. Politik und Massenmedien. Eine systemtheoretische Analyse*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- MARCINKOWSKI, Frank (2002): Politische Öffentlichkeit. Systemtheoretische Grundlagen und politikwissenschaftliche Konsequenzen. In: Hellmann, Kai-Uwe/Schmalz-Bruns, Rainer (Hg.): *Theorie der Politik: Niklas Luhmanns politische Soziologie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 85-108.
- MARGOLIS, Michael/Resnick, David (2000): *Politics as Usual: The Cyberspace Revolution*. London: Sage.
- MARR, Mirko (2005): *Internetzugang und politische Informiertheit. Zur digitalen Spaltung der Gesellschaft*. Konstanz: UVK.
- MARR, Mirko/Zillien, Nicole (2010): Digitale Spaltung. In: Schweiger, Wolfgang/Beck, Klaus (Hg.): *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 257-282.
- MARRON, Maria B. (2010): British/Irish Media excel in Episodic Coverage, Fail in Probing. In: *Journalism Studies*. 11. Jg., H. 2, S. 270-274. Doi: 10.1080/14616700903538413.
- MARTINSEN, Renate (2009): Öffentlichkeit in der “Mediendemokratie“ aus der Perspektive konkurrierender Demokratietheorien. In: Marcinkowski, Frank/Pfetsch, Barbara (Hg.): *Politik in der Mediendemokratie*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 38-69.
- MAST, Claudia (2012): *Neuorientierung im Wirtschaftsjournalismus. Redaktionelle Strategien und Publikumserwartungen*. Wiesbaden: Springer VS.

- MAST, Claudia/Spachmann, Klaus (2014): Strukturen und Trends im Wirtschaftsjournalismus: Herausforderungen für die Medienarbeit. In: Zerfaß, Ansgar/Piwinger, Manfred (Hg.): Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden: Springer VS, S. 253-269.
- MATA, Tiago (2011): Invasion of the Bloggers: a Preliminary Study on the Demography and Content of the Economic Blogosphere. In: Davis, John B./Hands, D. Wade (Hg.): Companion to Recent Economic Methodology. Cheltenham, UK/Northampton, MA: Edward Elgar Publishing, S. 514-524.
- MATA, Tiago/Medema, Steven G. (2013): Cultures of Expertise and the Public Interventions of Economists. In: History of Political Economy. 45. Jg., Sonderheft 1, S. 1-19. Doi: 10.1215/00182702-2310926.
- MAU, Steffen (2010): Social Transnationalism. Lifeworlds beyond the nation-state. Oxon/New York: Routledge.
- MAURER, Markus (2010): Agenda-Setting. Baden-Baden: Nomos.
- MCCARTHY, Alison (2014): Worldwide Internet, Social Network and Mobile Users. Q2 2014 Complete Forecast. eMarketeer. <https://de.scribd.com/document/234107591/EMarketer-Worldwide-Internet-Social-Network-and-Mobile-Users-Q2-2014-Complete-Forecast> [11.05.2016].
- MCCORMACK, Karyn (2008): Financial Blogs: The Best of the Bunch. The Best Tools for Investors. In: Business Week Online. 04.08.2008. <http://www.bloomberg.com/news/articles/2008-04-07/financial-blogs-the-best-of-the-bunchbusinessweek-business-news-stock-market-and-financial-advice> [11.09.2016].
- MCKENZIE, David J./Özler, Berk (2011): The Impact of Economics Blogs. World Bank Policy Research Working Paper No. 5783. 1. August 2011. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1921739 [10.09.2016].
- MCLUHAN, Marshall (1994 [1964]): Understanding Media: The Extensions of Man. Cambridge, MA: MIT Press.
- MCLUHAN, Marshall (2010 [1962]): The Gutenberg Galaxy (15th Edition). Toronto/Buffalo/London: University of Toronto Press.
- MCQUAIL, Denis (2010): Mass Communication Theory. An Introduction (6. Aufl.). London u. a.: Sage.
- MEIER, Klaus (2007): Journalistik. Konstanz: UVK.
- MEIER, Christian/Winterbauer, Stefan (2008): Die Finanzkrise und die Medien: Nagelprobe für den Wirtschafts- und Finanzjournalismus. 13. Mainzer Medien Disput „Brot und Spiele: Finanz-Macht und Demokratie-Verfall“, Projektgruppe Mainzer-MedienDisput, Koblenz: MGS Marketing GmbH. <http://www.medienforum.ru/wp-content/uploads/14-mediendisput-die-finanzkrise-und-die-medien2.pdf> [18.08.2016].

- MEIER, Stefan/Wünsch, Carsten/Pentzold, Christian/Welker, Martin (2010): Auswahlverfahren für Online-Inhalte. In: Welker, Martin/Wünsch, Carsten (Hg.): Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet. Köln: von Halem-Verlag, S. 103-123.
- MEIJERS, Maurits (2013): The Euro-crisis as a catalyst of the Europeanization of public spheres? A cross-temporal study of the Netherlands and Germany. LSE 'Europe in Question' Discussion Paper Series. LEQS Paper No. 62. <http://www.lse.ac.uk/europeanInstitute/LEQS/LEQSPaper62.pdf> [18.09.2015].
- MERAZ, Sharon (2009): Is There an Elite Hold? Traditional Media to Social Media Agenda Setting Influence in Blog Networks. In: Journal of Computer-Mediated Communication. 14. Jg., H. 3, S. 682-707. Doi: 10.1111/j.1083-6101.2009.01458.x.
- MERAZ, Sharon/Papacharissi, Zizi (2013): Networked Gatekeeping and Networked Framing on #Egypt. In: The International Journal of Press/Politics. 18. Jg., H. 2, S. 138-166. Doi: 10.1177/1940161212474472.
- MERTEN, Klaus (1995): Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis (2., verbesserte Aufl.). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- MICHAILIDOU, Asimina/Trenz, Hans-Jörg/de Wilde, Pieter (2014): The Internet and European Integration. Pro- and anti- EU debates in online news media. Opladen/Berlin/Toronto: Barbara Budrich Publishers.
- MILGRAM, Stanley (1967): The small world problem. In: Psychology Today. 1. Jg., H. 1, S. 61-67.
- MILTNER, Peter/Maier, Daniel/Pfetsch, Barbara/Waldherr, Annie (2013): Online networks of civil society actors as an indicator for politicization? A hyperlink analysis of the food safety issue in Germany. In: Catalan Journal of Communication and Cultural Studies. 5. Jg., H. 2, S. 201-220. Doi: 10.1386/cjcs.5.2.201_1.
- MITCHELL, Amy/Jurkowitz, Mark/Olmstead, Kenneth (2014): Social, Search and Direct Pathways to Digital News. Pew Research Center. Journalism and Media. <http://www.journalism.org/2014/03/13/social-search-direct/> [04.03.2016].
- MOE, Hallvard (2010): Online Media Participation and the Structure of the Public Sphere. Blogs and the Issue of Transnationalization. Paper presented at Democracy as Idea and Practice. Oslo (Norway), 14.-15. Januar 2012. <http://www.uio.no/english/research/interfaculty-research-areas/democracy/news-and-events/events/conferences/2010/papers/Moe-OnlineMediaParticipation-2010.pdf> [14.05.2016].
- MÖRTENBÖCK, Peter/Mooshammer, Helge (2014): Strittige Öffentlichkeiten: Die Besetzung der Ökonomie. In: Langenohl, Andreas/Wetzel, Dietmar J. (Hg.): Finanzmarktpublika. Moralität, Krisen und Teilhabe in der ökonomischen Moderne. Wiesbaden: Springer VS, S. 197-218.
- MONGE, Peter R.; Contractor, Noshir S. (2003): Theories of Communication Networks. New York, NY: Oxford University Press.
- MOSS, Christoph (2009a): Den „einen“ Wirtschaftsjournalismus gibt es nicht. Spezialisierung vom crossmedialen Alleskönner bis zum Konjunktur-experten. In: Dernbach,

- Beatrice/Quandt, Thorsten (Hg.): *Spezialisierung im Journalismus*. Wiesbaden: Springer VS, S. 147-155.
- MOSS, Christoph (2009b): Ethische Herausforderungen in der Ausbildung von Wirtschaftsjournalisten. Sichtweisen der Praxis (Kapitel 11). In: *Innovationen für den Journalismus*. Wiesbaden: Springer VS, S. 133-149.
- MOUFFE, Chantal (1999): Deliberative Democracy or Agonistic Pluralism? In: *Social Research*. 66. Jg., H. 3, S. 745–758.
- MOURAO, Rachel R./Yoo, Joseph/Geise, Stephanie/Araiza, Jose Andres/Kilgo, Danielle K./Chen, Victoria Y./Johnson, Thomas J. (2015): Online News, Social Media, and European Union Attitudes: A Multidimensional Analysis. In: *International Journal of Communication*. 9. Jg., S. 3199-3222.
- MÜNKER, Stefan (2012): Kapitel 3: Die Sozialen Medien des Web 2.0. In: Michelis, Daniel/Schildhauer (Hg.): *Social Media-Handbuch. Theorien, Methoden, Modelle und Praxis* (2., Aktualis. und erw. Aufl.). Baden-Baden: Nomos, S. 45-55.
- MÜTZEL, Sophie/Fuhse, Jan (2010): Einleitung: Zur relationalen Soziologie. Grundgedanken, Entwicklungslinien und transatlantische Brückenschläge. In: Fuhse, Jan/Mützel, Sophie (Hg.): *Relationale Soziologie. Zur kulturellen Wende der Netzwerkforschung*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 7-35.
- MUHLBERGER, Peter (2005): Human Agency and the Revitalization of the Public Sphere. In: *Political Communication*. 22. Jg., H. 2, S. 163-178. Doi: 10.1080/10584600590933179.
- MUNIZ, Carlos/Alvidrez, Salvador/Tellez, Nilsa (2015): Shaping the Online Public Debate: The Relationship Between the News Framing of the Expropriation of YPF and Readers' Comments. In: *International Journal of Communication*. 9. Jg., S. 3245–3263. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3089/1482> [13.04.2016].
- MUSSLER, Werner (2012): Jung, männlich, meinungsstark. Volkswirte bloggen um die Wette. Das belebt die Debatte und hebt die eigene Prominenz. In: *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*. 26.02.2012, Nr. 8, S. 36.
- MUTSCHKE, Peter (2010): Zentralitäts- und Prestigemaße. In: Stegbauer, Christian/Häußling, Roger (Hg.): *Handbuch Netzwerkforschung*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 365-378.
- NAKAMURA, Lisa (2002): *Cybertypes: Race, ethnicity, and identity on the internet*. New York: Routledge.
- NEIDHARDT, Friedhelm W. (1989): Auf der Suche nach „Öffentlichkeit“. In: Nutz, Walter (Hg.): *Kunst, Kommunikation, Kultur. Festschrift zum 80. Geburtstag von Alfhons Silbermann*. Frankfurt a. M.: Lang, S. 25-35.
- NEIDHARDT, Friedhelm W. (1994a): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. In: Neidhardt, Friedhelm W. (Hg.): *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. 46. Jg., Sonderheft 34, S. 7-41.

- NEIDHARDT, Friedhelm W. (1994b): Jenseits des Palavers. Funktionen politischer Öffentlichkeit. In: Wunden, Wolfgang (Hg.): Öffentlichkeit und Kommunikationskultur. Beiträge zur Medienethik. Band 2. Hamburg/Stuttgart: Steinkopf-Verlag, S. 19-30.
- NEIDHARDT, Friedhelm W. (2004): Europäische Öffentlichkeit als Prozess. Herausforderungen für die Theorie. Keynote bei der Konferenz ›ITA: Medialer Wandel und Europäische Öffentlichkeit des Instituts für Technikfolgenabschätzung. Wien 11.-12.11.2004.
- NEIDHARDT, Friedhelm W. (2015): Nachrichtenfunktionen der Social Media – „Bürgerjournalismus“? In: Rössel, Jörg/Roose, Jochen (Hg.): Empirische Kulturosoziologie. Festschrift für Jürgen Gerhards zum 60. Geburtstag. Wiesbaden: Springer, S. 293-321.
- NEUBÄUMER, Renate (2011): Eurokrise: Keine Staatsschuldenkrise, sondern Folge der Finanzkrise. In: Wirtschaftsdienst. 91. Jg., H. 12, S. 827–833. Doi: 10.1007/s10273-011-1308-5.
- NEUBARTH, Julia/Nuernbergk, Christian (2011): Internet- und Netzwerkforschung in der Kommunikationswissenschaft. Anwendungen und Potenziale der Netzwerkanalyse im Internet. In: Medien Journal. 35. Jg., H. 2, S. 4-15.
- NEUBARTH, Julia/Nuernbergk, Christian (2013): Soziale Netzwerkanalyse im World Wide Web – eine Kategorisierung unterschiedlicher Anwendungsfelder. In: Scherfer, Konrad/Volpers, Helmut (Hg.): Methoden der Webwissenschaft. Teil 1. Berlin: Lit-Verlag, S. 197-222.
- NEUBERGER, Christoph (2006): Nutzerbeteiligung im Online-Journalismus. Perspektiven und Probleme der Partizipation im Internet. In: Rau, Harald (Hg.): Zur Zukunft des Journalismus. Frankfurt a.M.: Peter Lang, S. 61-94.
- NEUBERGER, Christoph (2007): Beobachten, Beeinflussen und Verhandeln via Öffentlichkeit: Journalismus und gesellschaftliche Strukturpolitik. In: Altmeyden, Klaus-Dieter/Hanitzsch, Thomas/Schlüter, Carsten (Hg.): Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation. Wiesbaden: VS Verlag, S. 139-161.
- NEUBERGER, Christoph (2008): Neue Medien als Herausforderung für die Journalismustheorie. Paradigmenwechsel in der Vermittlung öffentlicher Kommunikation. In: Winter, Carsten/Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich (Hg.): Theoriediskussion in der Kommunikationswissenschaft. Band 2: Spezifische Diskussionsfelder. Wiesbaden: VS Verlag, S. 251-267.
- NEUBERGER, Christoph (2009): Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs. In: Neuberger, Christoph; Nuernbergk, Christian; Rischke, Melanie (Hg.): Journalismus im Internet. Profession - Partizipation – Technisierung. Wiesbaden: VS Verlag, S. 19–105.
- NEUBERGER, Christoph (2012): Journalismus im Netz aus Nutzersicht. Ergebnisse einer Onlinebefragung. In: Media Perspektiven. H. 1, S. 40-55.

- NEUBERGER, Christoph (2013a): Journalismus und Medialisierung der Gesellschaft. In: Meier, Klaus/Neuberger, Christoph (Hg.): Journalismusforschung. Stand und Perspektiven. Baden-Baden: Nomos, S. 221-242.
- NEUBERGER, Christoph (2013b): Onlinemedien als Institutionen. In: Künzler, Matthias/Oehmer, Franziska/Puppis, Manuel/Wassmer, Christian (Hg.): Medien als Institutionen und Organisationen. Institutionalistische Ansätze in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Baden-Baden: Nomos, S. 97-116.
- NEUBERGER, Christoph (2014a): Die Identität und Qualität des Journalismus im Internet aus der Sicht des Publikums. Ergebnisse einer Online-Befragung. In: Loosen, Wiebke/Dohle, Marco (Hg.): Journalismus und (sein) Publikum. Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung. Wiesbaden: Springer VS, S. 229-251.
- NEUBERGER, Christoph (2014b): Konflikt, Konkurrenz und Kooperation. Interaktionsmodi in einer Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit. In: Medien und Kommunikationswissenschaft. 62. Jg., H. 4, S. 567–587.
- NEUBERGER, Christoph/Nuernbergk, Christian (2015): Verdatete Selbstbeschreibung der Gesellschaft. Über den Umgang des Journalismus mit Big Data und Algorithmen. In: Süßenguth, Florian (Hg.): Die Gesellschaft der Daten. Über die digitale Transformation der sozialen Ordnung. Bielefeld: transcript Verlag, S. 199-224.
- NEUBERGER, Christoph/Wendelin, Manuel (2012): Mehr Transparenz im Netz? Öffentlichkeit als Raum der Wahrnehmung und (Meta-)Kommunikation. In: Springer, Nina/Raabe, Johannes/Haas, Hannes/Eichhorn, Wolfgang (Hg.), Medien und Journalismus im 21. Jahrhundert. Herausforderungen für Kommunikationswissenschaft, Journalistenausbildung und Medienpraxis. Konstanz: UVK, S. 121-137.
- NEUBERGER, Christoph/Quandt, Thorsten (2010): Internet_Journalismus: Vom traditionellen Gatekeeping zum partizipativen Journalismus? In: Schweiger, Wolfgang/Beck, Klaus (Hg.): Handbuch Online-Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag, S. 59-80.
- NEUBERGER, Christoph/Langenohl, Susanne/Nuernbergk, Christian (2014): Social Media und Journalismus. Düsseldorf: Lfm. Lfm-Dokumentation. Band 50.
- NEUBERGER, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (2009a): Eine Frage des Blickwinkels? Die Fremd- und Selbstdarstellung von Bloggern und Journalisten im öffentlichen Metadiskurs. In: Neuberger, Christoph; Nuernbergk, Christian; Rischke, Melanie (Hg.): Journalismus im Internet. Profession - Partizipation – Technisierung. Wiesbaden: VS Verlag, S. 129–168.
- NEUBERGER, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (Hg.) (2009b): Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung. Wiesbaden: VS Verlag.
- NEUBERGER, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (2009c): Journalismus – neu vermessen. Die Grundgesamtheit journalistischer Internetangebote – Methode und Ergebnisse. In: Neuberger, Christoph; Nuernbergk, Christian; Rischke, Melanie

- (Hg.): Journalismus im Internet. Profession - Partizipation – Technisierung. Wiesbaden: VS Verlag, S. 197–230.
- NEUBERGER, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (2009d): Profession, Partizipation, Technik. Anbieterbefragung II: Internetjournalismus im Beziehungsgeflecht. In: Neuberger, Christoph; Nuernbergk, Christian; Rischke, Melanie (Hg.): Journalismus im Internet. Profession - Partizipation – Technisierung. Wiesbaden: VS Verlag, S. 269–293.
- NEUBERGER, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (2007): Weblogs und Journalismus: Konkurrenz, Ergänzung oder Integration? Eine Forschungssynopse zum Wandel der Öffentlichkeit im Internet. In: Media Perspektiven. H. 2, S. 96-112.
- NEUBERGER, Christoph/vom Hofe, Hanna Jo/Nuernbergk, Christian (2010): Twitter und Journalismus. Der Einfluss des „Social Web“ auf die Nachrichten. Lfm-Dokumentation. Band 38. Düsseldorf: Lfm.
- NEUENDORF, Kimberly A. (2002): The Content Analysis Guidebook. Thousand Oaks: Sage.
- NEUENDORF, Kimberly A. (o. J.): Temporary Online Location for PRAM Downloads. <http://academic.csuohio.edu/kneuendorf/c63311/PRAMS/> [10.08.2016].
- NEUENDORF, Kimberly A./Kumar, Anup (2015): Content Analysis. In: Mazzoleni, Gianpietro (Hg.): The International Encyclopedia of Political Communication, Vol. 3. Malden, MA: Wiley-Blackwell, S. 221-230.
- NIP, Joyce Y. M. (2006): Exploring the Second Phase of Public Journalism. In: Journalism Studies. 7. Jg., H. 2, S. 212-236.
- NISBET, Erik C./Stoycheff, Elizabeth/Pearce, Katy E. (2012): Internet Use and Democratic Demands: A Multinational, Multilevel Model of Internet Use and Citizen Attitudes About Democracy. In: Journal of Communication. 62. Jg., H. 2, S. 249-265. Doi: 10.1111/j.1460-2466.2012.01627.x.
- NORRIS, Pippa (2009): Comparative political communications: Common frameworks for Babelian confusion? In: Government and Opposition. 44. Jg., H. 3, S. 321-340. Doi: 10.1111/j.1477-7053.2009.01290.x.
- NORRIS, Pippa (2011): Political Communication. In: Caramani, Daniele (Hg.): Comparative Politics (3. Aufl.). Oxford, UK: Oxford University Press, S. 353-370.
- NORRIS, Pippa (2012): Comparing Cross-Border Information Flows and their Effects. In: Esser, Frank/Hanitzsch, Thomas (Hg.): The Handbook of Comparative Communication Research. New York, NY/London: Routledge, S. 353-369.
- NORRIS, Pippa/Inglehart, Ronald (2009): Cosmopolitan Communications: Cultural Diversity in a Globalized World. New York, NY: Cambridge University Press.
- NUERNBERGK, Christian (2012): Inhaltsanalyse und Netzwerkanalyse. Methodenkombination am Beispiel einer Metatextanalyse über das Verhältnis von Weblogs und Journalismus. In: Loosen, Wiebke/Scholl, Armin (Hg.): Methodenkombinationen in der

- Kommunikationswissenschaft. Methodologische Herausforderungen und empirische Praxis. Köln: von Halem, S. 289-307.
- NUERNBERGK, Christian (2013): Anschlusskommunikation in der Netzwerköffentlichkeit. Ein inhalts- und netzwerkanalytischer Vergleich der Kommunikation im »Social Web« zum G8-Gipfel von Heiligendamm. Baden-Baden: Nomos.
- NUERNBERGK, Christian/Neubarth, Julia (2014): Netzwerkanalysen in der sozialwissenschaftlichen Online-Forschung. In: Welker, Martin/Taddicken, Monika/Schmidt, Jan-Hinrik/Jakob, Nikolaus (Hg.): Handbuch Online-Forschung. Köln: von Halem, S. 255-283.
- OECD (2016): Gross domestic product (GDP) (indicator). Doi: 10.1787/dc2f7aec-en [26.07.2016].
- OGNYANOVA, Katherine/Monge, Peter (2013): A Multitheoretical, Multilevel, Multidimensional Network Model of the Media System: Production, Content, and Audiences. In: Communication Yearbook. 37. New York, NY: Routledge, S. 66-93.
- OLMSTEAD, Kenneth/Shearer, Elisa (2015): State of the News Media 2015. Digital News — Audience: Fact Sheet. Pew Research Center. Journalism and Media. <http://www.journalism.org/2015/04/29/digital-news-audience-fact-sheet/> [01.03.2016].
- OWEN, Diana (2015): Digital Divide. In: Mazzoleni, Gianpietro (Hg.): The International Encyclopedia of Political Communication, Vol. 1. Malden, MA: Wiley-Blackwell, S. 318-322.
- PAPACHARISSI, Zizi A. (2007): Audiences as Media Producers: Content Analysis of 260 Blogs. In: Tremayne, Mark (Hg.): Blogging, Citizenship, and the Future of Media. New York/London: Routledge, S. 21-38.
- PAPACHARISSI, Zizi A. (2009): The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. In: New Media and Society. 11. Jg., H. 1-2, S. 199-220, Doi: 10.177/1461444808099577.
- PAPACHARISSI, Zizi A. (2010): A private sphere: Democracy in a digital age. Cambridge, UK: Polity Press.
- PAPATHANASSOPOULOS, Stylianos (2015): European Media Views of the Greek Crisis. In: Schifferes, Steve/Roberts, Richard (Hg.): The Media and Financial Crises. Comparative and Historical Perspectives. Abingdon/New York, NY: Routledge, S. 103-118.
- PAPPI, Franz U. (1987): Methoden der Netzwerkanalyse. München: Oldenbourg Verlag.
- PAPPI, Franz U. (2010): Clevage. In: Nohlen, Dieter/Schultze, Rainer-Olaf (Hg.): Lexikon der Politikwissenschaft. Theorien, Methoden, Begriffe. Band 1 (A–M) (3. Aufl.). München: Verlag C. H. Beck, S. 104–106.
- PARISER, Eli (2011): The filter bubble: What the Internet is hiding from you. New York, NY: Penguin.

- PARK, Han Woo/Jankowski, Nicholas W. (2008): A Hyperlink Network Analysis of Citizen Blogs in South Korean Politics. In: *Javnost – The Public*. 15. Jg., H. 2, S. 57-74.
- PARK, Han Woo/Thelwall, Mike (2008): Developing Network Indicators for Ideological Landscapes from the Political Blogosphere in South Korea. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13. Jg., H. 4, S. 856-879. Doi: 10.1111/j.1083-6101.2008.00422.x.
- PARSONS, Talcott (1969): Theoretical Orientations on Modern Societies. In: Parsons, Talcott (Hg.): *Politics and Social Structure*. New York, NY: Free Press, S. 34–57.
- PATZ, Ronny (2012): Blogger verschlafen die Euro-Krise. In: *Spiegel Online*. 03.05.2012. <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/netz-oeffentlichkeit-blogger-stecken-in-der-euro-krise-a-830749.html> [11.09.2016].
- PETER, Jochen/Lauf, Edmund (2002): Reliability in cross-national content analysis. In: *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 79. Jg., H. 4, S. 815-832.
- PETERS, Bernhard (1993): *Die Integration moderner Gesellschaften*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- PETERS, Bernhard (2005): Public Discourse, Identity, and the Problem of Democratic Legitimacy. In: Eriksen, Erik O. (Hg.): *Making the European Polity. Reflexive Integration in the EU*. London: Routledge, S. 84-123.
- PETERS, Bernhard (2007a): Der Sinn von Öffentlichkeit (1994). In: Wessler, Hartmut (Hg.): *Bernhard Peters. Der Sinn von Öffentlichkeit. Mit einem Vorwort von Jürgen Habermas*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 55-102.
- PETERS, Bernhard (2007b): Nationale und transnationale Öffentlichkeiten – eine Problemskizze (1999). In: Wessler, Hartmut (Hg.): *Bernhard Peters. Der Sinn von Öffentlichkeit. Mit einem Vorwort von Jürgen Habermas*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 283–297.
- PETERS, Bernhard (2007c): Öffentlicher Diskurs, Identität und das Problem demokratischer Legitimität (2005). In: Wessler, Hartmut (Hg.): *Bernhard Peters. Der Sinn von Öffentlichkeit. Mit einem Vorwort von Jürgen Habermas*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 322–376.
- PEW RESEARCH CENTER [PEW] (2015): Internet Seen as Positive Influence on Education but Negative on Morality in Emerging and Developing Nations. <http://www.pewglobal.org/2015/03/19/internet-seen-as-positive-influence-on-education-but-negative-influence-on-morality-in-emerging-and-developing-nations/> [28.02.2016].
- PEREZ-GONZALEZ, Luis (2010): “Ad-hocracies” of Translation Activism in the Blogosphere. In: Baker, Mona/Olohan, Maeve/Calzada Perez, Maria (Hg.): *Text and Context. Essays on Translation and Interpreting in Honour of Ian Mason*. Manchester: St. Jerome, S. 259-287.

- PEREZ-GONZALEZ, Luis/Susam-Saraeva, Sebnem (2012): Non-professionals Translating and Interpreting. Participatory and Engaged Perspectives. In: *The Translator*. 18. Jg., H. 2, S. 149-165. Doi: 10.1080/13556509.2012.10799506.
- PFETSCH, Barbara (2004): *The Voice of the Media in the European Public Sphere: Comparative Analysis of Newspaper Editorials*. Integrated Report von WP§ des Europub-Projekts. Berlin: WZB: <http://europub.wzb.eu/Data/reports/WP3/D3-4%20WP3%20Integrated%20Report.pdf> [21.12.2015].
- PFETSCH, Barbara/Esser, Frank (2008): Conceptual Challenges of the Paradigms of Comparative Media Systems in a Globalized World. In: *Journal of Global Mass Communication*. 1. Jg., H. 3-4, S. 118-131.
- PFETSCH, Barbara/Esser, Frank (2012): Comparing political communication. In: Esser, Frank/Hanitzsch, Thomas (Hg.): *The Handbook of Comparative Communication Research*. New York, NY/London: Routledge, S. 25-47.
- PFETSCH, Barbara/Esser, Frank (2014): Political communication in comparative perspective: Key concepts and new insights. In: Reinemann, Carsten (Hg.): *Political Communication. Handbooks of Communication Science. Volume 18*. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton, S. 87-105.
- PFETSCH, Barbara/Heft, Anett (2015): Theorizing communication flows within a European public sphere. In: Risse, Thomas (Hg.): *European Public Spheres. Politics is Back*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 29-52.
- PFETSCH, Barbara/Adam, Silke/Eschner, Barbara (2008): The contribution of the press to Europeanization of public debates. A comparative study of issue salience and conflict lines of European integration. In: *Journalism*. 9. Jg., H. 4, S. 465-492.
- PFETSCH, Barbara/Maier, Daniel/Miltner, Peter/Waldherr, Annie (2016): Challenger Networks of Food Policy on the Internet: A Comparative Study of Structures and Coalitions in Germany, the UK, the US, and Switzerland. In: *International Journal of E-Politics*. 7. Jg., H. 1, S. 16–36. Doi: 10.4018/IJEP.2016010102.
- PIPER, Nikolaus (2010): Die besten Blogs zu...Amerika und der Euro. Ein Bankrott schwacher Euro-Staaten. In: *Süddeutsche.de*. 28.12.2010. <http://www.sueddeutsche.de/service/die-besten-blogs-zu-amerika-und-der-euro-1.1037179> [12.09.2016].
- PLAUT, Shayna (2017): Reshaping the Borders of Journalism. Lessons learned from transnational peoples' journalism. In: *Journalism Practice*. 11. Jg., H. 1. Doi: 10.1080/17512786.2015.1092391.
- PLUMPE, Werner (2013): *Wirtschaftskrisen. Geschichte und Gegenwart* (4., durchges. und aktualis. Aufl.). München: Verlag C. H. Beck.
- PRIEWE, Jan (2010): Von der Subprimekrise zur Weltwirtschaftskrise – unterschiedliche Erklärungsmuster. In: *Wirtschaftsdienst*. 90. Jg., H. 2, S. 92-100. Doi: 10.1007/s10273-010-1043-3.
- QUANDT, Thorsten (2008): Neues Medium, alter Journalismus? Eine vergleichende Inhaltsanalyse tagesaktueller Print- und Online-Nachrichtenangebote. In: Quandt,

- Thorsten/Schweiger, Wolfgang (Hg.): Journalismus online – Partizipation oder Profession? Wiesbaden: VS Verlag, S. 131-155.
- QUANDT, Thorsten/Jandura, Olaf (Hg.) (2011): Methoden der Journalismusforschung. Wiesbaden: VS Verlag.
- QUIRING, Oliver (2013): Soziale Marktwirtschaft zwischen freiem Spiel der Marktkräfte und Staatsinterventionen. In: Quiring, Oliver/Kepplinger, Hans Mathias/Weber, Mathias/Geiß, Stefan (Hg.): Lehman Brothers und die Folgen. Berichterstattung zu wirtschaftlichen Interventionen des Staates. Wiesbaden: Springer VS, S. 27-35.
- QUIRING, Oliver/Weber, Mathias (2013a): Gewinner und Verlierer der Krise. In: Quiring, Oliver/Kepplinger, Hans Mathias/Weber, Mathias/Geiß, Stefan (Hg.): Lehman Brothers und die Folgen. Berichterstattung zu wirtschaftlichen Interventionen des Staates. Wiesbaden: Springer VS, S. 67-77.
- QUIRING, Oliver/Weber, Mathias (2013b): Staatliche Gegenmaßnahmen und ihre Bewertung in Medien und Bevölkerung. In: Quiring, Oliver/Kepplinger, Hans Mathias/Weber, Mathias/Geiß, Stefan (Hg.): Lehman Brothers und die Folgen. Berichterstattung zu wirtschaftlichen Interventionen des Staates. Wiesbaden: Springer VS, S. 55-65.
- QUIRING, Oliver/Kepplinger, Hans Mathias/Weber, Mathias/Geiß, Stefan (2013): Lehman Brothers und die Folgen. Berichterstattung zu wirtschaftlichen Interventionen des Staates. Wiesbaden: Springer VS.
- RADOVANOVIC, Danica/Hogan, Bernie/Lalic, Danijela (2015): Overcoming Digital Divides in Higher Education: Digital Literacy Beyond Facebook. 17. Jg., H. 10, S. 1733-1749. Doi: 10.1177/1461444815588323.
- RAFTER, Kevin (2014): Voices in the Crisis: The Role of Media Elites in Interpreting Ireland's Banking Collapse. In: European Journal of Communication. 29. Jg., H. 5, S. 598-607. Doi: 10.1177/0267323114537787.
- RAINIE, Lee/Smith, Aaron (2009): The Internet and the Recession. Washington, DC: Pew Research Center. <http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2009/PIP%20-%20The-Internet-and-the-Recession%20-%20with%20topline.pdf> [27.02.2016].
- RAO, Sandhya/Niekamp, Ray (2010): The Yin and the Yang of the Financial Crisis. A Report on the Coverage in US and Chinese Newspaper Blogs. In: Journalism Studies. 11. Jg., H. 2, S. 278-283. Doi: 10.1080/14616700903538413.
- RASMUSSEN, Terje (2013): Internet-based media, Europe and the political public sphere. In: Media, Culture and Society. 35. Jg., H. 1, S. 97-104. Doi: 10.1177/0163443712464563.
- RAUCHFLEISCH, Adrian/Kovic, Marko (2016): The Internet and Generalized Functions of the Public Sphere: Transformative Potentials from a Comparative Perspective. In: Social Media and Society. 2. Jg., H. 2., S. 1-15. Doi: 10.1177/2056305116646393.

- RAUH, Christian/Zürn, Michael (2014): Zur Politisierung der EU in der Krise. In: Heidenreich, Martin (Hg.): *Krise der europäischen Vergesellschaftung?* Wiesbaden: Springer VS, S. 121-145.
- REESE, Stephen D./Rutigliano, Lou/Hyun, Ki Deuk/Jeong, Jaekwan (2007): Mapping the blogosphere. Professional and citizen-based media in the global news arena. In: *Journalism*, 8. Jg., H. 3, S. 235-261. Doi: 10.1177/1464884907076459.
- REINEMANN, Carsten/Maurer, Marcus/Zerback, Thomas/Jandura, Olaf (2013): *Die Spätentscheider. Medieneinflüsse auf kurzfristige Wahlentscheidungen.* Wiesbaden: VS Verlag.
- REINHART, Carmen M./Rogoff, Kenneth S. (2010): Growth in a Time of Debt. In: *American Economic Review*. 100. Jg., H. 2, S. 573–78. Doi:10.1257/aer.100.2.573.
- REKA, Albert/Barabasi, Albert-Laszlo (2002): Statistical mechanics of complex networks. In: *Reviews of Modern Physics*. 74. Jg., H. 1, S. 47-94. Doi: 10.1103/RevModPhys.74.47.
- REPORTERS SANS FRONTIERES [RSF] (2014): *Enemies of the Internet 2014.* http://12mars.rsf.org/wp-content/uploads/EN_RAPPORT_INTERNET_BD.pdf [12.05.2016].
- REPORTERS SANS FRONTIERES [RSF] (2015a): Another blogger murdered in Bangladesh, third in three months. <https://rsf.org/en/news/another-blogger-murdered-bangladesh-third-three-months> [12.05.2016].
- REPORTERS SANS FRONTIERES [RSF] (2015b): Fourth blogger on radical Islamist hit-list hacked to death. <https://rsf.org/en/news/fourth-blogger-radical-islamist-hit-list-hacked-death> [12.05.2016].
- REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM [RISJ] (2015a): *Reuters Institute Digital News Report 2015. Tracking the Future of News.* https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Reuters%20Institute%20Digital%20News%20Report%202015_Full%20Report.pdf [15.05.2016].
- REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM [RISJ] (2015b): *Reuters Institute Digital News Report 2015. Supplementary Report.* <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Supplementary%20Digital%20News%20Report%202015.pdf> [15.05.2016].
- RHEINGOLD, Howard (1993): *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier.* Reading, MA: Addison-Wesley.
- RINGROSE, Priscilla (2011): Sharing Across the Battle Lines? Israeli and Lebanese Blogs in the 2006 Lebanon War. In: *International Journal of Communication*. 5. Jg., S. 983-1008.
- RINKE, Eike M./Wessler, Hartmut/Löb, Charlotte/Weinmann, Carina (2013): Deliberative qualities of generic news frames: Assessing the democratic value of strategic game and contestation framing in election campaign coverage. *Political Communication*. 30. Jg., H. 3, S. 474–494. Doi:10.1080/10584609.2012.737432.

- RISSE, Thomas (2015a): Introduction. In: Risse, Thomas (Hg.): *European Public Spheres. Politics is Back*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 1-25.
- RISSE, Thomas (2015b): European public spheres, the politicization of EU affairs, and its consequences. In: Risse, Thomas (Hg.): *European Public Spheres. Politics is Back*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 141-164.
- RISSE, Thomas (Hg.) (2015c): *European Public Spheres. Politics is Back*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ROBERTS, Carl W. (2000): A conceptual framework for quantitative text analysis. On joining probabilities and substantive inferences about texts. In: *Quality and Quantity*. 34. Jg., H. 3, S. 259-274.
- ROBINSON, Sue (2006): The Mission of the J-Blog: Recapturing journalistic authority. In: *Online Journalism*. 7. Jg., H. 1, S. 65-83.
- RÖSSLER, Patrick (1997): *Agenda-Setting: Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- RÖSSLER, Patrick (2008): Gütekriterien bei international vergleichenden Inhaltsanalysen. In: Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef/Wilke, Jürgen (Hg.): *Medien und Kommunikationsforschung im Vergleich*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 419-434.
- RÖSSLER, Patrick (2010): *Inhaltsanalyse (2., überarb. Aufl.)*. Konstanz: UVK/UTB.
- RÖSSLER, Patrick (2012): Comparative Content Analysis. In: Esser, Frank/Hanitzsch, Thomas (Hg.): *The Handbook of Comparative Communication Research*. New York, NY/London: Routledge, S. 459-468.
- RÖSSLER, Patrick/Wirth, Werner (2001): Inhaltsanalysen im World Wide Web. In: Wirth, Werner/Lauf, Edmund (Hg.): *Inhaltsanalysen. Perspektiven, Probleme, Potentiale*. Köln: von Halem-Verlag, S. 280-302.
- RÖSSLER, Patrick/Hautzer, Lena/Lünich, Marco (2014): Online-Inhaltsanalyse. In: Welker, Martin/Taddicken, Monika/Schmidt, Jan-Hinrik/Jackob, Nikolaus (Hg.): *Handbuch Online-Forschung*. Köln: von Halem, S. 214-232.
- ROOSE, Jochen (2015): Politisiert die Krise? Veränderungen bei der Diskussion EU-politischer Fragen in der Bevölkerung. In: Rössel, Jörg/Roose, Jochen (Hg.): *Empirische Kulturosoziologie. Festschrift für Jürgen Gerhards zum 60. Geburtstag*. Wiesbaden: Springer, S. 425-454.
- ROSENAU, James N./Czempiel, Ernst-Otto (Hg.) (1992): *Governance without Government. Order and Change in World Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ROUSH, Chris (2011): *Profits and Losses: Business Journalism and Its Role in Society (2. Aufl.)*. Portland, OR: Marion Street Press.
- ROUSH, Chris (2015): Why the Media Got it Right. In: Schifferes, Steve/Roberts, Richard (Hg.): *The Media and Financial Crises. Comparative and Historical Perspectives*. Abingdon/New York, NY: Routledge, S. 16-27.

- RUCHT, Dieter (2015): Zum Wandel von Protestkulturen. Inklusion, Differenzierung, Professionalisierung. In: Rössel, Jörg/Roose, Jochen (Hg.): Empirische Kultursociologie. Festschrift für Jürgen Gerhards zum 60. Geburtstag. Wiesbaden: Springer, S. 265-290.
- RUCHT, Dieter/Yang, Mundo/Zimmermann, Ann (2008): Politische Diskurse im Internet und in Zeitungen. Das Beispiel Genfood. Wiesbaden: VS Verlag.
- RUDOLPH, Bernd (2010): Die internationale Finanzkrise: Ursachen, Treiber, Veränderungsbedarf und Reformansätze. In: Zeitschrift für Unternehmens- und Gesellschaftsrecht (ZGR). 39. Jg., S. 1-47.
- RUSSELL, Adrienne/Echchaibi, Nabil (2009): International Blogging. Identity, Politics, and Networked Publics. New York, NY: Peter Lang.
- RUTIGLIANO, Lou W. (2005): Emergent Weblogs as Civic Journalism. Paper presented at the International Communication Association's 55th Annual Conference, May 2005, New York, NY.
- SAFFER, Adam J. (2013): Intermedia Agenda Building of the Blogosphere: Public Relations Role in the Network. <http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/Intermedia-Agenda-Building-of-the-Blogosphere-FINAL.pdf> [09.03.2016].
- SALGADO, Susana (2014): The Media of Political Communication. In: Reinemann, Carsten (Hg.): Political Communication. Handbooks of Communication Science. Volume 18. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton, S. 269-287.
- SALVATORE, Armando/Schmidtke, Oliver/Trenz, Hans-Jörg (2013): Introduction: Rethinking the Public Sphere Through Transnationalizing Processes. Europe and Beyond. In: Salvatore, Armando/Schmidtke, Oliver/Trenz, Hans-Jörg (Hg.): Rethinking the Public Sphere Through Transnationalizing Processes. Europe and Beyond Basingstoke: Palgrave Macmillan, S. 1-24.
- SASSEN, Saskia (2003): The State and Globalization. In: Interventions. 5. Jg., H. 2, S. 241-248. Doi: 10.1080/1369801031000112978.
- SAXTON, Gregory D. (2012): New Media and External Accounting Information: A Critical Review. In: Australian Accounting Review. 22. Jg., H. 3, S. 286-302. Doi: 10.1111/j.1835-2561.2012.00176.x.
- SAXTON, Gregory D./Anker, Ashley E. (2013): The Aggregate Effects of Decentralized Knowledge Production: Financial Bloggers and Information Asymmetries in the Stock Market. In: Journal of Communication. 63. Jg., H. 6, S. 1054-1069. Doi: 10.1111/jcom.12060.
- SCHADER, Peer (2008): Verlässlichkeit zahlt sich aus. In: Horizont. 13.11.2008. Nr. 46, S. 58.
- SCHÄFER, Mike S. (2015): Digital Public Sphere. In: Mazzoleni, Gianpietro (Hg.): The International Encyclopedia of Political Communication, Vol. 1. Malden, MA: Wiley-Blackwell, S. 322-328.

- SCHÄFER, Mike S./Rauchfleisch, Adrian (2015): Neue Öffentlichkeiten in autoritären Gesellschaften ? Entwicklung einer Typologie am Beispiel chinesischer Social Media. In: Rössel, Jörg/Roose, Jochen (Hg.): Empirische Kultursoziologie. Festschrift für Jürgen Gerhards zum 60. Geburtstag. Wiesbaden: Springer, S. 323-352.
- SCHENK, Michael (1995): Soziale Netzwerke und Massenmedien. Untersuchungen zum Einfluss persönlicher Kommunikation. Tübingen: Mohr Siebeck.
- SCHENK, Michael/Niemann, Julia/Briehl, Anja (2014): Blogger 2014. Das Selbstverständnis von Themenbloggern und ihr Verhältnis zum Journalismus. Eine Studie im Auftrag des Deutschen Fachjournalisten-Verbands (DFJV). Universität Hohenheim. Forschungsstelle für Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung. https://www.dfjv.de/documents/10180/178294/DFJV_Studie_Das_Selbstverstaendnis_von_Themenbloggern.pdf [08.03.2016].
- SCHUEFELE, Bertram/Engelmann, Ines (2009): Empirische Kommunikationsforschung. Konstanz: UVK.
- SCHUEFELE, Bertram/Haas, Alexander (2008): Medien und Aktien. Theoretische und empirische Modellierung der Rolle der Berichterstattung für das Börsengeschehen. Wiesbaden: VS Verlag.
- SCHUEFELE, Bertram/Haas, Alexander/Brosius, Hans-Bernd (2011): Mirror or mold? A study of media coverage, stock prices, and trading volumes in Germany. In: Journal of Communication. 61. Jg., H. 1, S. 48-70. Doi: 10.1111/j.1460-2466.2010.01526.x.
- SCHIERITZ, Mark (2016): Europa ächzt. Wirtschaftlich läuft es in der Währungsunion wieder besser – doch instabile Regierungen gefährden den Erfolg. In: Die Zeit. 04.05.2016. <http://www.zeit.de/2016/20/euro-krise-suedeuropa-instabile-regierungen-reformen> [30.05.2016].
- SCHIFFERES, Steve (2015): Why the Public Doesn't Trust the Business Press. In: Schifferes, Steve/Roberts, Richard (Hg.): The Media and Financial Crises. Comparative and Historical Perspectives. Abingdon/New York, NY: Routledge, S. 153-168.
- SCHIFFERES, Steve/Knowles, Sophie (2015): The British Media and the 'First Crisis of Globalization'. In: Schifferes, Steve/Roberts, Richard (Hg.): The Media and Financial Crises. Comparative and Historical Perspectives. Abingdon/New York, NY: Routledge, S. 42-58.
- SCHIFFERES, Steve/Roberts, Richard (2015): Editors' Introduction. In: Schifferes, Steve/Roberts, Richard (Hg.): The Media and Financial Crises. Comparative and Historical Perspectives. Abingdon/New York, NY: Routledge, S. XV-XXII.
- SCHIFFRIN, Anya (2015): The US Media and the 2009 Stimulus Package. In: Schifferes, Steve/Roberts, Richard (Hg.): The Media and Financial Crises. Comparative and Historical Perspectives. Abingdon/New York, NY: Routledge, S. 28-41.
- SCHIMANK, Uwe (2007): Handeln in Konstellationen: Die reflexive Konstitution von handelndem Zusammenwirken und sozialen Strukturen. In: Altmeyden, Klaus-Die-

- ter/Hanitzsch, Thomas/Schlüter, Carsten (Hg.): Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation. Wiesbaden: VS Verlag, S. 121-137.
- SCHIMANK, Uwe (2010): Handeln und Strukturen. Einführung in die akteurstheoretische Soziologie (4., völlig überarb. Aufl.). Weinheim/München: Juventa.
- SCHIMANK, Uwe (2011): Die „Hyperkomplexität“ des Finanzmarkts und die Hilflosigkeit der Kleinanleger. In: *Leviathan* 39., H. 4, S. 499-517. Doi: 10.1007/s11578-011-0133-y.
- SCHLOBINSKI, Peter/Siever, Torsten (Hg.) (2005): Sprachliche und textuelle Merkmale in Weblogs. Ein internationales Projekt. <http://www.mediensprache.net/network/networx-46.pdf> [19.05.2016].
- SCHMIDT, Jan-Hinrik (2006): Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie. Konstanz: UVK.
- SCHMIDT, Jan-Hinrik (2009): Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. Konstanz: UVK.
- SCHMIDT, Jan-Hinrik (2011): Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0 (2., überarb. Aufl.). Konstanz: UVK.
- SCHMIDT, Jan-Hinrik (2013): Vielfalt im Internet. In: Eumann, Marc J./Gerlach, Frauke/Rößner, Tabea/Stadelmaier (Hg.): Medien, Netz und Öffentlichkeit. Impulse für die digitale Gesellschaft. Essen: Klartext Verlag, S. 159-161.
- SCHMIDT, Jan/Frees, Beate/Fisch, Martin (2009): Themenscan im Web 2.0. Neue Öffentlichkeiten in Weblogs und Social-News-Plattformen. In: *Media Perspektiven*. H. 2, S. 50-59.
- SCHMIDT-BECK, Kerstin (2014): Financial Community und Medien 2000ff.. In: Langenohl, Andreas/Wetzel, Dietmar J. (Hg.): Finanzmarktpublika. Moralität, Krisen und Teilhabe in der ökonomischen Moderne. Wiesbaden: Springer VS, S. 147-171.
- SCHNEGG, Michael (2010): Strategien und Strukturen. Herausforderungen der qualitativen und quantitativen Netzwerkforschung. In: Gamper, Markus/Reschke, Linda (Hg.): Knoten und Kanten. Soziale Netzwerkanalyse in der Wirtschafts- und Migrationsforschung. Bielefeld: transcript-Verlag, S. 55-75.
- SCHNEIDER, Steven M./Foot, Kirsten A. (2004): The web as an object of study. In: *New Media and Society*. 6. Jg., H. 1, S. 114-122. Doi: 10.1177/1461444804039912.
- SCHÖNBACH, Klaus/de Waal, Ester/Lauf, Edmund (2005): Online and Print Newspapers: Their Impact on the Extent of the Perceived Public Agenda. In: *European Journal of Communication*. 20. Jg., H. 2, S. 245-258. Doi: 10.1177/0267323105052300.
- SCHOLL, Armin (2004): Die Inklusion des Publikums. Theorien zur Analyse der Beziehungen von Journalismus und Publikum. In: Löffelholz, Martin (Hg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch (2., vollst. Überarb. und erw. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag, S. 517-536.

- SCHRANZ, Mario/Eisenegger, Mark (2014): Finanzmarktpublika. Eine Agenda zur Erforschung der Verknüpfungen von Finanzmärkten und Öffentlichkeit. In: Langenohl, Andreas/Wetzel, Dietmar J. (Hg.): Finanzmarktpublika. Moralität, Krisen und Teilhabe in der ökonomischen Moderne. Wiesbaden: Springer VS, S. 227-244.
- SCHRATEN, Jürgen (2014): Börsenportale im Web zwischen Ökonomisierung des Gesellschaftlichen und Moralisierung der Märkte. In: Langenohl, Andreas/Wetzel, Dietmar J. (Hg.): Finanzmarktpublika. Moralität, Krisen und Teilhabe in der ökonomischen Moderne. Wiesbaden: Springer VS, S. 99-120.
- SCHULZ, Winfried (2009): Nachricht. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt a. M.: Fischer, S. 359-396.
- SCHUPPAN, Norbert (2014): Die Euro-Krise. Ursachen, Verlauf, makroökonomische und europarechtliche Aspekte und Lösungen. München: Oldenbourg Verlag.
- SCHWEIGER, Wolfgang/Weihermüller, Miriam (2008): Öffentliche Meinung als Online-Diskurs – ein neuer empirischer Zugang. In: Publizistik. 53. Jg., H. 4, S. 535-559.
- SCOTT, William (2012): Introduction. In: Critical Quarterly. 54. Jg., H. 2 (Sonderheft: Occupy Wall Street), S. iii-vi. Doi: 10.1111/j.1467-8705.2012.02046.x.
- SEGEV, Elad/Blondheim, Menahem (2013): America's Global Standing According to Popular News Sites From Around the World. In: Political Communication. 30. Jg., H. 1, S. 139-161. Doi: 10.1080/10584609.2012.737418.
- SEIB, Philip (2010): Transnational Journalism, Public Diplomacy, and Virtual States. In: Journalism Studies. 11. Jg., H. 5, S. 734-744.
- SEO, Hyunjin/Thorson, Stuart J. (2012): Networks of Networks: Changing Patterns in Country Bandwidth and Centrality in Global Information Infrastructure, 2002-2010. In: Journal of Communication. 62. Jg., H. 2, S. 345-358. Doi: 10.1111/j.1460-2466.2012.01631.x.
- SHAH, Dhavan V./Schmierbach, Michael/Hawkins, Joshua/Espino, Rodolfo/Donavan, Janet (2002): Nonrecursive Models of Internet Use and Community Engagement Questioning Whether Time Spent Online Erodes Social Capital. In: Journalism and Mass Communication Quarterly. 79. Jg., H. 4, S. 964-987. Doi: 10.1177/107769900207900412.
- SHAMBAUGH, Jay C. (2012): The Euro's Three Crises. In: Brookings Papers on Economic Activity, 44. Jg., H. 1, S. 157-231. <https://www.brookings.edu/bpea-articles/the-euros-three-crises/> [15.09.2016].
- SHEEHY, Michael/Ji, Hong (2011): Blogging the Meltdown: Comparing the Coverage of the Economic Crisis in Journalistic Blogs vs. Economic Blogs. In: Web Journal of Mass Communication Research (WJMCR). 19. Jg. <http://www.scripps.ohiou.edu/wjmcr/vol35/35.html> [11.09.2016].

- SHOEMAKER, Pamela J./Ricchio, Jaime R. (2015): Gatekeeping. In: Mazzoleni, Gianpietro (Hg.): *The International Encyclopedia of Political Communication*, Vol. 3. Malden, MA: Wiley-Blackwell, S. 428-432.
- SHUMATE, Michelle/Contractor, Noshir (2013): The Emergence of Multidimensional Social Networks. In: Putnam, Linda L./Mumby, Dennis K. (Hg.): *The SAGE Handbook of Organizational Communication* (3. Aufl.). Thousand Oaks, CA: Sage, S. 449-474.
- SHUMATE, Michelle/Dewitt, Lori (2008): The north/south divide in NGO hyperlink networks. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13. Jg., H. 2, S. 405-428. Doi: 10.1111/j.1083-6101.2008.00402.x.
- SHUMOW, Moses (2014): Media production in a transnational setting: Three models of immigrant journalism. In: *Journalism*. 15. Jg., H. 8, S. 1076-1093. Doi: 10.1177/1464884914521581.
- SIEBERT, Fred S./Peterson, Theodore/Schramm, Wilbur (1956): *Four Theories of the Press. The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist Concepts of what the Press should Be and Do*. Urbana: University of Illinois Press.
- SIMONE, Maria A. (2010): Deliberative Democracy Online: Bridging Networks with Digital Technologies. In: *The Communication Review*. 13. Jg., H. 2, S. 120-139. Doi: 10.1080/10714421003795527.
- SLOAM, James (2014): 'The outraged young': young Europeans, civic engagement and the new media in a time of crisis. In: *Information, Communication and Society*. 17. Jg., H. 2, S. 217-231. Doi: 10.1080/1369118X.2013.868019.
- SOFFER, Oren (2013): The Internet and National Solidarity: A Theoretical Analysis. In: *Communication Theory*. 23. Jg., H. 1, S. 48-66. Doi: 10.1111/comt.12001.
- SOLOMONOFF, Ray/Rapoport, Anatol (1951): Connectivity of Random Nets. In: *Bulletin of Mathematical Biophysics*. 13. Jg., H. 2, S. 107-117. Doi:10.1007/bf02478357.
- SOMMERFELDT, Nando/Zschäpitz, Holger (2016): Beschädigt die Deutsche Bank das ganze Land? In: *Die Welt* (www.welt.de). 09.02.2016. <http://www.welt.de/wirtschaft/article152043876/Beschaedigt-die-Deutsche-Bank-das-ganze-Land.html> [29.07.2016].
- SPIEGEL ONLINE (2013): Rogoffs Rechenfehler: Star-Ökonom beklagt Hexenjagd nach Excel-Panne. In: *Spiegel Online*. 22.10.2013. <http://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/excel-panne-von-kenneth-rogooff-das-war-ein-massaker-a-929248.html> [12.08.2016].
- SPIEGEL ONLINE (2014): Soziales Netzwerk: Mail.ru übernimmt VKontakte vollständig. In: *Spiegel Online*. 17.09.2014. <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/russland-soziale-netzwerke-mail-ru-uebernimmt-vkontakte-a-992080.html> [05.04.2016].
- SPIEGEL ONLINE (2015): Saudi-arabischer Blogger: Raif Badawi droht die Todesstrafe. In: *Spiegel Online*. 01.03.2015. <http://www.spiegel.de/panorama/justiz/saudi-arabien-blogger-raif-badawi-droht-todesstrafe-a-1021215.html> [11.05.2016].

- SPACHMANN, Klaus (2005): *Wirtschaftsjournalismus in der Presse. Theorie und Empirie*. Konstanz: UVK.
- SPANGENBERG, Jochen (2015): *Soziale Medien und journalistische Berichterstattung*. In: Friedrichsen, Mike/Kohn, Roland A. (Hg.): *Digitale Politikvermittlung*. Wiesbaden: Springer VS, S. 105-126.
- STANYER, James (2014): *Hypes, waves, and storms: Events and the Dynamics of their Coverage*. In: Reinemann, Carsten (Hg.): *Political Communication. Handbooks of Communication Science. Volume 18*. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton, S. 151-165.
- STARK, Birgit/Magin, Melanie (2013): *Komparative Forschungsansätze: Theoretische Grundlagen und methodische Verfahrensweisen*. In: Möhring, Wiebke/Schlütz, Daniela (Hg.): *Handbuch standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: Springer VS, S. 145-164.
- STARKMAN, Dean (2015): *Willful Blindness. The Media's Power Problem*. In: Schifferes, Steve/Roberts, Richard (Hg.): *The Media and Financial Crises. Comparative and Historical Perspectives*. Abingdon/New York, NY: Routledge, S. 3-15.
- STATISTA (2016): *Internetnutzung weltweit – Statista Dossier*. <http://de.statista.com/statistik/studie/id/6331/dokument/internet-weltweit-statista-dossier/> [03.05.2016].
- STEGBAUER, Christian/ Häußling, Roger (Hg.) (2010): *Handbuch Netzwerkforschung*. Wiesbaden: VS Verlag.
- STEPHENS, Monica/Poorthuis, Ate (2015): *Follow thy neighbor: Connecting the social and the spatial networks on Twitter*. In: *Computers, Environment and Urban Systems*, 53. Jg., S. 87–95. Doi: 10.1016/j.compenvurbsys.2014.07.002.
- STICHWEH, Rudolf (2008): *Zur Soziologie des Weltereignisses*. In: Nacke, Stefan/Unkelbach, Rene/Werron, Tobias (Hg.): *Weltereignisse: Theoretische und empirische Perspektiven*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 17-40.
- STIGLITZ, Joseph (2010): *Im freien Fall. Vom Versagen der Märkte zur Neuordnung der Weltwirtschaft*. München: Siedler.
- STIGLITZ, Joseph (2011): *Of the 1%, by the 1%, for the 1%*. In: *Vanity Fair*. 31.03.2011. <http://www.vanityfair.com/news/2011/05/top-one-percent-201105> [18.08.2016].
- STIGLITZ, Joseph (2015): *The Media and the Crisis. An information Theoretic Approach*. In: Schifferes, Steve/Roberts, Richard (Hg.): *The Media and Financial Crises. Comparative and Historical Perspectives*. Abingdon/New York, NY: Routledge, S. 140-152.
- STRAUBHAAR, Joseph (2007): *World television: From global to local*. Los Angeles/London/New Delhi/Singapore: Sage.
- STREECK, Wolfgang (2010): *Noch so ein Sieg, und wir sind verloren. Der Nationalstaat nach der Finanzkrise*. In: *Leviathan*. 38. Jg., H. 2, S. 159-173. Doi: 10.1007/s11578-010-0079-5.

- STROMER-GALLEY, Jennifer/Wichowski, Alexis (2013): Political Discussion Online. In: Consalvo, Mia/Ess, Charles (Hg.) *The Handbook of Internet Studies*. Malden, MA/Oxford/Chichester: Wiley-Blackwell, S. 168-187.
- SUNSTEIN, Cass R. (2001): *Republic.com*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- SUNSTEIN, Cass R. (2009): *Republic 2.0*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- TAMBINI, Damian (2010): What are financial journalists for? In: *Journalism Studies*. 11. Jg., H. 2, S. 158-174. Doi: 10.1080/14616700903378661.
- TAMBINI, Damian (2015): What are Financial Journalists for? In: Schifferes, Steve/Roberts, Richard (Hg.): *The Media and Financial Crises. Comparative and Historical Perspectives*. Abingdon/New York, NY: Routledge, S. 121-139.
- TANG, Lijun/Sampson, Helen (2012): The interaction between mass media and the internet in non-democratic states: The case of China. In: *Media, Culture and Society*. 34. Jg., H. 4, S. 457-471. Doi: 10.1177/0163443711436358.
- TECHNORATI (2011): *State of the Blogosphere 2011*. <http://technorati.com/state-of-the-blogosphere-2011/> [11.05.2016].
- TELEGEOGRAPHY (2012): *Global Internet Map 2012*. <http://global-internet-map-2012.telegeography.com/> [03.05.2016].
- THELWALL, Mike (2006): Interpreting Social Science Link Analysis Research: A Theoretical Framework. In: *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. 57. Jg., H. 1, S. 60-68. Doi: 10.1002/asi.20253.
- THELWALL, Mike/Hasler, Laura (2007): *Blog Search Engines. 2007. cybermetrics.wlv.ac.uk/paperdata/BlogSearchEngines_preprint.doc* [22.12.2016].
- THELWALL, Mike/Stuart, David (2006): Web Crawling Ethics Revisited: Cost, Privacy and Denial of service. In: *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 57. Jg., H. 13, S. 1771-1779. Doi: 10.1002/asi.20388.
- THOMAS, Barbara (2007): *Mediensysteme vergleichen*. In: Thomaß, Barbara (Hg.): *Mediensysteme im internationalen Vergleich*. Konstanz: UVK, S. 12-41.
- THOMPSON, PETER A. (2015): The Mediation of Financial Information Flows. Traders, Analysts, Journalists. In: Schifferes, Steve/Roberts, Richard (Hg.): *The Media and Financial Crises. Comparative and Historical Perspectives*. Abingdon/New York, NY: Routledge, S. 169-186.
- TIME MAGAZINE (2011): *The 25 Best Financial Blogs*. In: *Time Magazine*. 07.03.2011. <http://content.time.com/time/specials/packages/complete-list/0,29569,2057116,00.html> [12.09.2016].
- TOBLER, Stefan (2001): *Kommunikationsverdichtungen und transnationale Öffentlichkeit*. In: *Medienheft*, 18.05.2011. http://www.medienheft.ch/uploads/media/p16_ToblerStefan.pdf [12.05.2016].
- TOEPFL, Florian/Piwoni, Eunike (2015): Public Spheres in Interaction: Comment Sections of News Websites as Counterpublic Spaces. In: *Journal of Communication*. 65. Jg., H. 3, S. 465-488. Doi: 10.1111/jcom.12156.

- TOWNSEND, Anthony M. (2001): Network Cities and the Global Structure of the Internet. In: *The American Behavioral Scientist*. 44. Jg., H. 10, S. 1697–1716. Doi: 10.1177/00027640121957998.
- TRACY, James F. (2012): Covering “Financial Terrorism”: The Greek Debt Crisis in US News Media. In: *Journalism Practice*. 6. Jg., H. 4, S. 513-529. Doi: 10.1080/17512786.2011.633789.
- TRAN, Hai (2013): Does Exposure to Online Media Matter? The Knowledge Gap and the Mediating Role of News Use. In: *International Journal of Communication*. 7. Jg., S. 831-852.
- TRAPPEL, Horst (2008): Worldmedia Inc. Vision oder bereits Geschichte? Reflexionen über die Internationalisierung der Medien. In: *Media Perspektiven*. H. 3, S. 138–147.
- TRAVERS, Jeffrey/Milgram, Stanley (1969): An Experimental Study of the Small World Problem. In: *Sociometry*. Jg. 32, H. 4, S. 425-443.
- TREMAINE, Mark (2004): The Web of Context: Applying Network Theory to the Use of Hyperlinks in Journalism on the Web. In: *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 81. Jg., H. 2, S. 237-253.
- TRENZ, Hans-Jörg (2006): Banaler Europäismus. In: Langenbacher, Wolfgang R./Lutzer, Michael (Hg.): *Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 192-213.
- UNITED NATIONS (2013): List of UN Member States. <http://www.un.org/en/member-states/index.html> [10.11.2016].
- USHER, Nikki (2013): Ignored, uninterested, and the blame game: How The New York Times, Marketplace, and The Street distanced themselves from preventing the 2007-2009 financial Crisis. In: *Journalism*. 14. Jg., H. 2, S. 190-207. Doi: 10.1177/1464884912455904.
- VACCARI, Cristian (2015): Blogging, Political. In: Mazzoleni, Gianpietro (Hg.): *The International Encyclopedia of Political Communication*, Vol. 3. Malden, MA: Wiley-Blackwell, S. 1-8.
- VAISMAN, Carmel S. (2009): Blogs as Public Property Media. Defining the Roles and Assessing the Influence of Political Blogging in Israel. In: Russell, Adrienne/Echchaibi, Nabil (Hg.): *International Blogging. Identity, Politics, and Networked Publics*. New York: Peter Lang, S. 111-132.
- VALENZUELA, Sebastian/Valdimarsson, Valgeir/Egbunike, Nwachukwu/Fraser, Matthew/Sey, Araba/Pallaev, Tohir/Chachavalpongpun, Pavin/Saka, Erkan/Lyubashenko, Igor (2014). The big question. The Social Media Frenzy: Have social media and/or smartphones disrupted life in your part of the world? *World Policy Journal*, 31. Jg., H. 3, S. 3–8. Doi:10.1177/0740277514552964.
- VAN DETH, Jan W. (2016): Political Participation. In: *The International Encyclopedia of Political Communication*, Vol. 3. Malden, MA: Wiley-Blackwell, S. 1158-1169.

- VAN DIJK, Jan A. (2006 [1999]): *The Network Society. Social Aspects of New Media* (2nd Edition). London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage.
- VAN OS, Renee (2005): Framing Europe Online: French political parties and the European election of 2004. In: *Information Polity*. 10 Jg., H. 3-4, S. 205-218.
- VAN OS, Renee/Jankowski, Nicholas W. (2007a): Political Communication About Europe on the Internet During the 2004 European Parliament Election Campaign in Nine EU Member States. In: *European Societies*. 9. Jg., H. 5, S. 755-775. Doi: 10.1080/14616690701412871.
- VAN OS, Renee/Jankowski, Nicholas W. (2007b): An online European public sphere? The Web and Europeanization of political communication in the EU. In: De Vreese, Claes/Schmitt, Hermann (Hg.): *A European Public Sphere. How much of it do we have, and how much do we need?* CONNEX Report Series No. 2, S. 53-78. <http://www.mzes.uni-mannheim.de/d7/en/publications/book/a-european-public-sphere-how-much-of-it-do-we-have-and-how-much-do-we-need> [28.10.2015].
- VAN OS, Renee/Jankowski, Nicholas W./Vergeer, Maurice (2007): Political Communication about Europe on the Internet During the 2004 European Parliament Election Campaign in Nine EU Member States. In: *European Societies*. 9. Jg., H. 5, S. 755-775. Doi:10.1080/14616690701412871.
- VLASIC, Andreas (2004): *Die Integrationsfunktion der Massenmedien. Begriffsgeschichte, Modelle, Operationalisierung*. Wiesbaden: VS Verlag.
- VLIEGENTHART, Rens (2012): Analyzing Comparative Data. Opportunities and Challenges. In: Esser, Frank/Hanitzsch, Thomas (Hg.): *The Handbook of Comparative Communication Research*. New York, NY/London: Routledge, S. 486-497.
- VOGELGESANG, Jens/Scharkow, Michael (2012): Reliabilitätstest in Inhaltsanalysen. Eine Analyse der Dokumentationspraxis in Publizistik und Medien und Kommunikationswissenschaft. 57. Jg., H. 3, S. 333-345. Doi: 10.1007/s11616-012-0154-9.
- VOLKMER, Ingrid (2003): The Global Network Society and the Global Public Sphere. In: *Development*. 46. Jg., H. 1, S. 9-16. Doi: 10.1057/palgrave.development.1110415
- VOLTMER, Katrin (1997): Medien und Parteien im Wahlkampf. Die ideologischen Präferenzen der meinungsführenden Tageszeitungen im Bundestagswahlkampf 1990. In: *Rundfunk und Fernsehen*. 45. Jg., H. 2, S. 173-193.
- VOWE, Gerhard/Emmer, Martin/Seifert, Markus (2007): Abkehr oder Mobilisierung? Zum Einfluss des Internets auf die individuelle politische Kommunikation. Empirische Befunde zu alten Fragen im Kontext neuer Medien. In: Krause, Birgit/Fretwurst, Benjamin/Vogelgesang, Jens (Hg.): *Fortschritte der politischen Kommunikationsforschung*. Festschrift für Lutz Erbring. Wiesbaden: VS Verlag, S. 109-130.
- WALL, Melissa (2006): Blogging Gulf War II. In: *Journalism Studies*. 7. Jg., H. 1, S. 111-126. Doi: 10.1080/14616700500450392.

- WALL, Melissa (2015): Citizen Journalism. A retrospective on what we know, an agenda for what we don't. In: *Digital Journalism*. 3. Jg., H. 6, S. 797-813. Doi: 10.1080/21670811.2014.1002513.
- WALLNER, Cornelia/Adolf, Marian (2014): Räume und Kontexte öffentlicher Kommunikation. In: Wimmer, Jeffrey/Hartmann, Maren (Hg.): *Medienkommunikation in Bewegung*. Wiesbaden: Springer VS, S. 87-101.
- WASSERMANN, Stanley/Faust, Katherine (1994): *Social Network Analysis. Methods and Applications. Structural Analysis in the Social Sciences*. New York: Cambridge University Press.
- WATTS, Duncan J. (1999a): *Small Worlds: The Dynamics of Networks between Order and Randomness*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- WATTS, Duncan J. (1999b): Networks, Dynamics, and the Small-World Phenomenon. In: *American Journal of Sociology*. 105. Jg., H. 2, S. 493-527.
- WATTS, Duncan J. (2004): The "New" Science of Networks. In: *Annual Review of Sociology*. 30. Jg., H. 1, S. 243-270. Doi: 10.1146/annurev.soc.30020404.104342.
- WEBB, Lynne M./Fields, Tiffany E./Boupha, Siththivorada/Stell, Matthew N. (2012): U.S. Political Blogs: What Aspects of Blog Design Correlate with Popularity? In: Dumova, Tatyana/Fiordo, Richard (Hg.): *Bloggung in the Global Society: Cultural, Political and Geographical Aspects*. Hershey, PA: Information Science Reference (IGI Global), S. 179-199.
- WEBER, Matthew S. (2012): Newspapers and the Long-Term Implications of Hyperlinking. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*. 17. Jg., H. 2, S. 187-201. Doi: 10.1111/j.1083-6101.2011.01563.x.
- WEBER, Mathias/Quiring, Oliver (2013): Die Berichterstattung zu staatlichen Eingriffen im Kontext der Wirtschaftskrise. In: Quiring, Oliver/Kepplinger, Hans Mathias/Weber, Mathias/Geiß, Stefan (Hg.): *Lehman Brothers und die Folgen. Berichterstattung zu wirtschaftlichen Interventionen des Staates*. Wiesbaden: Springer VS, S. 55-65.
- WELLMAN, Barry (2003): Die elektronische Gruppe als soziales Netzwerk. In: Thiedeke, Udo (Hg.): *Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen (2., überarb. und aktualis. Aufl.)*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 126-159.
- WELLMAN, Barry/Hampton, Keith N. (1999): Living Networked On and Offline. In: *Contemporary Sociology*. 28. Jg., H. 6, S. 648-654.
- WERNER, Kathrin (2016, 12. April): Das ist das ICIJ. <http://www.sueddeutsche.de/medien/panama-papers-das-ist-das-icij-1.2945245> [12.04.2016].
- WESSLER, Hartmut (1999): Öffentlichkeit als Prozess. Deutungsstrukturen und Deutungswandel in der deutschen Drogenberichterstattung. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- WESSLER, Hartmut (2002): Journalismus und Kommunikationswissenschaft. Eine Einleitung. In: Jarren, Otfried/Wessler, Hartmut (Hg.): *Journalismus – Medien – Öffentlichkeit*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 17-38.

- WESSLER, Hartmut (2004): Europa als Kommunikationsnetzwerk. Theoretische Überlegungen zur Europäisierung von Öffentlichkeit. In: Hagen, Lutz M. (Hg.): Europäische Union und mediale Öffentlichkeit. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde zur Rolle der Medien im europäischen Einigungsprozess. Köln: von Halem, S. 13-28.
- WESSLER, Hartmut (2007): Politische Öffentlichkeit jenseits des Nationalstaats? In: Jaren, Otfried/Lachenmeier, Dominik/Steiner, Adrian (Hg.): Entgrenzte Demokratie? Herausforderungen für die politische Interessenvermittlung. Baden-Baden: Nomos, S. 49-71.
- WESSLER, Hartmut (2008a) (Hg.): Public deliberation and public culture: The writings of Bernhard Peters, 1993-2005: Foreword by Jürgen Habermas. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- WESSLER, Hartmut (2008b): Mediale Diskursöffentlichkeiten im internationalen Vergleich – ein Forschungsprogramm. In: Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef/Wilke, Jürgen (Hg.): Medien und Kommunikationsforschung im Vergleich. Wiesbaden: VS Verlag, S. 219-236.
- WESSLER, Hartmut/Averbeck-Lietz, Stefanie (2012): Grenzüberschreitende Medienkommunikation. Konturen eines Forschungsfeldes im Prozess der Konsolidierung. In: Medien und Kommunikationswissenschaft. 60. Jg., Sonderband Nr. 2: Grenzüberschreitende Medienkommunikation, S. 5-18.
- WESSLER, Hartmut/Brüggemann, Michael (2012): Transnationale Kommunikation. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag.
- WESSLER, Hartmut/Rinke, Eike M. (2014): Deliberative Performance of Television News in Three Types of Democracy: Insights from the United States, Germany, and Russia. In: Journal of Communication. 64. Jg., H. 5, S. 827–851. Doi: 10.1111/jcom.12115.
- WESSLER, Hartmut/Brüggemann, Michael/Kleinen-von Königslöw, Katharina/Sifft, Stefanie/Wimmel, Andreas (2007): The Quest for a European Public Sphere: News Media and Democratic Legitimacy. In: DeBardeleben, Joan/Hurrelmann, Achim S. (Hg.): Democratic Dilemmas of Multilevel Governance: Legitimacy, Representation and Accountability in the European Union. Basingstoke: Palgrave Macmillan, S. 94–116.
- WESSLER, Hartmut/Peters, Bernhard/Brüggemann, Michael/Kleinen-von Königslöw, Katharina/Sifft, Stefanie (2008): Transnationalization of Public Spheres. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- WHEELER, Deborah L. (2013): Does the Internet Empower? A Look at the Internet and International Development. In: Consalvo, Mia/Ess, Charles (Hg.) The Handbook of Internet Studies. Malden, MA/Oxford/Chichester: Wiley-Blackwell, S. 188-211.
- WHITE, Harrison C. (2008): Identity and Control: How Social Formations Emerge. Princeton, NJ: Princeton University Press.

- WHITE, Harrison C./Godart, Frederic (2010): Relational Language: The Example of Changes in Business Talk. In: Fuhse, Jan/Mützel, Sophie (Hg.): *Relationale Soziologie. Zur kulturellen Wende der Netzwerkforschung*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 273-289.
- WIEDERER, Ralf (2007): *Die virtuelle Vernetzung des internationalen Rechtsextremismus*. Herbolzheim: Centaurus.
- WILDMAN, Steven S. (2008): Communication and economics: Two imperial disciplines and too little collaboration. In: *Journal of Communication*. 58. Jg., H. 4, S. 693-706. Doi: 10.1111/j.1460-2466.2008.00409.x.
- WILKE, Jürgen (2009): *Presse*. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hg.): *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation*. Frankfurt a. M.: Fischer, S. 459-500.
- WINTER, Rainer (2010): *Widerstand im Netz. Zur Herausbildung einer transnationalen Öffentlichkeit durch netzbasierte Kommunikation*. Bielefeld: Transcript-Verlag.
- WIRTH, Werner/Kolb, Steffen (2012): Securing Equivalence. Problems and Solutions. In: Esser, Frank/Hanitzsch, Thomas (Hg.): *The Handbook of Comparative Communication Research*. New York, NY/London: Routledge, S. 469-485.
- WIRTSCHAFTSWOCHE (2013a): Die große Galerie der Bankster. In: *Wirtschaftswoche*. Nr. 37. 09.09.2013, S. 88-89.
- WIRTSCHAFTSWOCHE (2013b): Finanzkrise. Zahlen, zahlen, zahlen. In: *Wirtschaftswoche*. Nr. 37. 09.09.2013, S. 8-9.
- WIRTSCHAFTSWOCHE (2013c): Viel Testosteron. Wie haben sich fünf Jahre nach der Pleite der US-Investmentbank Lehman Brothers die Banken und ihr Geschäft verändert? In: *Wirtschaftswoche*. Nr. 37. 09.09.2013, S. 82-87.
- WOO-YOUNG, Chang/Park, Han Woo (2012): The Network Structure of the Korean Blogosphere. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*. 17. Jg., H. 2, S. 216-230. Doi: 10.1111/j.1083-6101.2011.01567.x.
- WORDPRESS (2015): Top 10 Sprachen von WordPress-Blogs weltweit im Jahr 2015. In Statista - Das Statistik-Portal. <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/320617/umfrage/meistgenutzte-sprachen-von-wordpress-blogs/> [15.05.2016].
- WRIGHT, Kevin B./Averbeck, Joshua (2012): Comparing Computer-Mediated Communication. In: Esser, Frank/Hanitzsch, Thomas (Hg.): *The Handbook of Comparative Communication Research*. New York, NY/London: Routledge, S. 81-93.
- WYSS, Vinzenz/Keel, Guido (2010): *Journalismusforschung*. In: Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried/Siegert, Gabriele (Hg.): *Einführung in die Publizistikwissenschaft* (3., vollst. überarb. Aufl.). Böhlau u. a.: UTB, S. 337-378.
- XENOS, Michael/Vromen, Ariadne/Loader, Brian D. (2014): The great equalizer? Patterns of social media use and youth political engagement in three advanced democracies. In: *Information, Communication and Society*. 17. Jg., H. 2, S. 151-167. Doi:10.1080/1369118X.2013.871318.

- YARDI, Sarita/Boyd, Danah (2010): Dynamic Debates: An Analysis of Group Polarization Over Time on Twitter. In: *Bulletin of Science, Technology and Society*. 30. Jg., H. 5, S. 316-327. Doi: 10.1177/0270467610380011.
- ZAPF-SCHRAMM, Thomas (2013): Die Eurokrise in den Fernsehnachrichten. Sonderauswertung des InfoMonitors 2009 bis 2012. In: *Media Perspektiven*. H. 3, S. 165-184.
- ZHANG, Juyan (2013): A Strategic Issue Management (SIM) Approach to Social Media Use in Public Diplomacy. In: *American Behavioral Scientist*. 57. Jg., H. 9, S. 1312-1331. Doi: 10.1177/0002764213487734.
- ZHANG, Xu (2015): Media coverage of the ISIS threat: Transnational media and global journalism. <http://repositories.tdl.org/ttu-ir/bitstream/handle/2346/63649/ZHANG-THESIS-2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [06.04.2016].
- ZHONG, Xin/Lu, Jiayi (2013): Public diplomacy meets social media: A study of the U.S. Embassy's blogs and micro-blogs. In: *Public Relations Review*. 39. Jg., H. 5, S. 542-548. Doi: 10.1016/j.pubrev.2013.07.002.
- ZHOU, Yuqiong/Moy, Patricia (2007): In: *Parsing Framing Processes: The Interplay Between Online Public Opinion and Media Coverage*. In: *Journal of Communication*. 57. Jg., H. 1, S. 79-98. Doi: 10.1111/j.1460-2466.2006.00330_4.x.
- ZIMBRA, David/Abbasi, Ahmed/Chen, Hsinchun (2010): A Cyber-Archaeology Approach to Social Movement Research: Framework and Case Study. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*. 16. Jg., H. 1, S. 48-70. Doi: 10.1111/j.1083-6101.2010.01531.x
- ZIMMER, Jochen (2009): Die Entwicklung des Internets in globaler Perspektive. In: *Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch Medien (28. Aufl.)*. Baden-Baden: Nomos, S. 164-174.
- ZIMMERMANN, Ann (2006): *Demokratisierung und Europäisierung online? Mass mediale politische Öffentlichkeiten im Internet*. Dissertation am Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften der Freien Universität Berlin.
- ZIMMERMANN, Horst (2012): Finanz-, Wirtschafts- und Staatsschuldenkrise: ihre Bedeutung für den öffentlichen Haushalt. In: *Wirtschaftsdienst – Zeitschrift für Wirtschaftspolitik*. 92. Jg., H. 2, S. 101-104. Doi: 10.1007/s10273-012-1335-x.
- ZIMMERMANN, Ann/Koopmans, Ruud/Schlecht, Tobias (2004): *Political Communication on the Internet. Part 2: Link structure among political actors in Europe*. Report WP 4. Europub Project. <http://europub.wzb.eu/Data/reports/WP4/D4-7%20WP%204.2%20Integrated%20Report.pdf> [29.10.2015].
- ZUCKERMAN, Ethan (2008): Meet the Bridgebloggers. In: *Public Choice*. 134. Jg., H. 1, S. 47-65. Doi: 10.1007/s11127-007-9200-y.
- ZUCKERMAN, Gregory (2009): *The Greatest Trade Ever: The Behind-the-Scenes Story of How John Paulson Defied Wall Street and Made Financial History*. New York, NY: Crown Business.
- ZÜRN, M. (1998): *Regieren jenseits des Nationalstaates*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.