



## Ergebnisbericht zur Befragung von Weblog-AutorInnen

### Studienbeschreibung

Am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich (IPMZ) wurde eine standardisierte Onlinebefragung zu Weblogs durchgeführt. Die Umfrage fand vom 9. Januar bis zum 11. April 2008 statt. Der Fragebogenlink wurde an ca. 200 ausgewählte Weblog-AutorInnen in Deutschland, Österreich und der Schweiz per E-Mail versandt. Bei der Auswahl der Weblogs wurden Listen (z.B. <http://top100.blogug.ch/>) sowie Suchmaschinenrankings berücksichtigt. Ferner wurden Weblog-Netzwerke und Plattformen um die Verlinkung der Umfrage gebeten. Insgesamt haben 327 Personen den Fragebogen gültig bis zum Ende ausgefüllt.

### Forschungsziele

Ziel der Untersuchung war herauszufinden, aus welchen Gründen ein Weblog betrieben wird und wie die konkreten Nutzungsweisen aussehen. Zudem interessierte die Selbstdarstellung, die Authentizität sowie die Community-Wahrnehmung von Weblog-AutorInnen.

### Soziodemographie

- 327 TeilnehmerInnen
- Durchschnittsalter = 32.5 Jahre
- 79 % männlich
- 73.8 % mit Hochschulabschluss oder Matura / Abitur
- 62.3 % in fester Partnerschaft
- 73.2 % private, 18.2 % berufliche und 8.6 % ehrenamtliche Weblog-AutorInnen

### Thematik

Zwei Drittel der Teilnehmenden widmen ihr Weblog einem oder mehreren spezifischen Themengebieten. Die populärsten Themen sind:

- Politik / Zeitgeschehen
- Technik
- Forschung / Bildung / Wissen
- Medien / Journalismus

Nur ein Drittel der Weblog-AutorInnen schreibt in erster Linie über sich selbst.

### Inhaltsangebot

Die Mehrheit der Weblog-AutorInnen bieten Bilder, Kommentare, ein Archiv und eine Suchfunktion an. Etwas mehr als die Hälfte der Weblogs der Befragten verfügt über Video-Dateien oder einen Link mit E-Mailkontakt. Widgets, Audio-Dateien und Werbung / Sponsoring kommen seltener zum Einsatz.

## Profil

Im eigenen Weblog wird am ehesten der Vorname preisgegeben, gefolgt von der E-Mailadresse, dem Geschlecht und dem Namen. Der Zivilstand, die Telefonnummer oder intime Erlebnisse werden dagegen nur selten veröffentlicht.

## Nutzung

Etwa die Hälfte der Befragten sind seit mehr als zwei Jahren als WeblogautorInnen aktiv. Ein Viertel betreibt ihr Weblog seit einem Jahr und nur wenige haben weniger als ein Jahr Weblog-Erfahrung. Die meisten Weblog-AutorInnen schreiben mehrmals pro Woche einen Beitrag und benötigen pro Beitrag weniger als eine halbe Stunde. Über zwei Drittel der Teilnehmenden besuchen zudem mehrmals pro Tag andere Weblogs, wobei in der Regel einmal pro Woche Beiträge / Kommentare auf anderen Weblogs verfasst werden.

## Nutzungsmotive

Es lassen sich vier zentrale Motivgruppen erkennen, die beim Bloggen eine Rolle spielen:

- **Austauschmotive:** Der Austausch von Informationen steht im Zentrum. Man möchte mit Personen, die ähnliche Interessen haben, diskutieren und Ideen austauschen. Durch das Berichten über eigene Erfahrungen soll Wissen auch anderen zugänglich gemacht werden. Zudem wird das Knüpfen von neuen Kontakten beim Bloggen angestrebt.
- **Identitätsmotive:** Die eigene Person steht im Zentrum. Man will seine Kompetenz zeigen und die eigene Meinung oder auch Gefühle publik machen. Ausserdem will man von anderen Personen wahrgenommen werden und wissen, wie man auf sie wirkt.
- **Eskapistische Motive:** Das „Entfliehen“ aus dem Alltag steht im Mittelpunkt. Das Bloggen dient als Zeitvertreib und Ablenkung vom Alltag. Man kann so für kurze Zeit abschalten und die Sorgen des Alltags vergessen.
- **Sozial-integrative Motive:** Der Kontakt zu anderen Menschen ist zentral. Durch das Weblog sollen andere Menschen am eigenen Leben teilhaben können. Zudem wird via Weblog der Kontakt zu geographisch entfernten Verwandten und Freunden aufrechterhalten.
- **Unterhaltungsmotive:** Die Tätigkeit des Bloggens selbst wird als wichtig empfunden. Man schreibt gerne und bloggt in erster Linie, um einfach Spass zu haben.

Die am stärksten ausgeprägte Motivgruppe der Befragten ist die Unterhaltung. Auch der Austausch ist ein zentrales Motiv zur Führung eines Weblogs. Identitätsbezogene Motive spielen dagegen eine weniger wichtige Rolle. Aus eskapistischen oder sozial-integrativen Gründen wird ein Weblog höchst selten geführt.

## Selbstdarstellung

Ausgehend von Theorien zur Selbstdarstellung wurde angenommen, dass extrovertierte Weblog-AutorInnen stärkere identitätsbezogene und sozial-integrative Motive aufweisen als introvertierte AutorInnen. Tatsächlich bloggen extrovertierte Personen eher, um ihre eigene Meinung publik zu machen als introvertierte. Hinsichtlich der sozial-integrativen Motive unterscheiden sich extrovertierte und introvertierte WeblogautorInnen jedoch nicht wesentlich voneinander.

## **Authentizität**

Die Anonymität im Internet erlaubt es, sich online anders zu geben als im realen Leben. Ausgehend von Theorien zur Authentizität wurde davon ausgegangen, dass sich Weblog-AutorInnen, die häufig bloggen und längerfristige Weblog-Kontakte suchen, beim Bloggen authentischer geben als seltenere Weblog-AutorInnen ohne Kontaktabsicht. Allgemein geben die Teilnehmenden erwartungsgemäss an, meist authentisch zu bloggen. Während die Häufigkeit des Bloggens keinen Einfluss auf die Authentizität hat, wirkt sich die Suche nach Weblog-Kontakten tatsächlich positiv auf die Authentizität beim Bloggen aus: Je stärker das Interesse der Befragten an neuen Kontakten ist, desto authentischer stellen sie sich dar. Gleichzeitig fühlen sie sich auch mehr mit der Weblog-Community verbunden.

## **Community**

Community-Theorien gehen davon aus, dass ein stärkeres persönliches Engagement und ein starker sozialer Austausch zu einem höheren Gemeinschaftsgefühl in einer Community führen. Diese Vermutungen können bezüglich der Weblog-Community bestätigt werden. Je mehr sich ein(e) Weblog-AutorIn engagiert, indem er (sie) ein reichhaltiges, aktualisiertes Inhaltsangebot präsentiert und auch etwas über sich selbst preis gibt, desto mehr fühlt er (sie) sich in der Weblog-Community integriert. Auch ein intensiverer Austausch führt zu einem stärkeren Gemeinschaftsgefühl – man fühlt sich einander verbunden und ähnlich (bezüglich Interessen, Alter, Umfeld und Einstellungen). Engagierte Personen empfinden die Beziehungen zu anderen Bloggern zudem als intensiver und erachten die Weblog-Community als wichtiger im Vergleich zu weniger engagierten Personen.

## **Studienleitung:**

lic. phil. Ursina Mögerle

IPMZ - Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

[www.ipmz.uzh.ch](http://www.ipmz.uzh.ch)