

Social Software und Web 2.0 in der politischen Kommunikation (Einführung)

Univ.-Prof. Dr. Ansgar Zerfaß

Seminar „Partizipation oder Illusion?“, WS 2006/07
23.10.2006

Grundbegriffe

Kommunikative Handlungen

- _ symbolisch vermitteltes soziales Handeln mit dem Ziel, anderen etwas mitzuteilen oder entsprechende Ausdrucksformen zu verstehen

Kommunikationsprozesse

- _ Handlungszusammenhänge, in denen sich die Beteiligten durch aufeinander bezogene Mitteilens- und Verstehenshandlungen gegenseitig beeinflussen; eingebettet in soziale Strukturen (Regeln und Ressourcen), die selbst kommunikativ geprägt werden

Politische Kommunikation

- _ diejenigen Kommunikationsprozesse, die von politischen Akteuren (Parteien, Politiker, Verbände, Interessengruppen) initiiert werden, um kollektiv bindende Entscheidungen zu formulieren, zu legitimieren und mit Hilfe des Rechtssystems durchzusetzen oder dies zu beeinflussen und die damit den zentralen Operationsmodus der Politik darstellen.

Weblogs sind chronologische Online-Publikationen

The screenshot shows the Daily Kos website interface. At the top, there's a banner for 'Jag Help Jag Support Netroots Candidates'. Below that, a large orange banner reads 'DAILY KOS'. A red box highlights a section titled 'Chronologische Einträge (Tagebuch-Stil)' (Chronological entries (diary style)). The main content area features a post by 'georgial10' dated 'Sat Oct 14, 2006 at 10:07:39 AM PDT' with the title 'The Ohio Republican Implosion'. The text of the post begins with 'COLUMBUS, Ohio -- In the color-coded, Crayola world of politics, Ohio is a red state.' To the right, there are several sidebars: 'Do you prefer an ad-free site?', 'Premium Ad THIS WEEK on FT.com', and 'THE STATE OF THE NATION' with a menu.

5 / Ansgar Zerfaß, WS 2006/07

... mit (zumeist) authentischer Sprache

The screenshot shows the Greenpeace website's 'Esperanza ship weblog'. The header includes the Greenpeace logo and the slogan 'Defending Our Oceans'. A red box highlights a section titled 'Expressive, authentische Texte' (Expressive, authentic texts). The main content area features a post dated '14 October 2006' with the title 'Ecard - Tuna School 2006'. The text describes a 'year long voyage' and mentions 'The lovely Elaine in Amsterdam has been busy creating an informative flash e-card.' Below the text is an illustration of several fish swimming together. To the left, there is a 'MENU' section with links like 'Ocean Defenders home', 'Weblog Homepage', and 'Take Action now!'. At the bottom left, there is a 'SIGNUP' form for becoming an 'OCEAN DEFENDER'.

6 / Ansgar Zerfaß, WS 2006/07

... starker Dialogorientierung und Vernetzung

The screenshot shows the 'Handelsblatt Weblog' website. The main content area features three articles:

- Chance für neue Klarheit** (Sonntag, 23.10.2005): Discusses the Ackermann & Esser process and the Dusseldorfer process. Includes a red callout box: **Kommentare (auf diesem Blog)** and **Trackbacks (von anderen Blog)**.
- Ein Hauch von Realität** (Donnerstag, 20.10.2005): Discusses financial markets and the need for contact with reality. Includes a red callout box: **Kalender / Archivfunktion**.
- Welche Blase?** (Dienstag, 18.10.2005): Discusses real estate and pension bubbles.

The sidebar on the right contains a search bar, a 'LETZTE KOMMENTARE' section with a comment from 'wie gesagt türkei ist schon da bu arada hayirli ramazanlar !!!!', and a 'KALENDER' section for October.

7 / Ansgar Zerfaß, WS 2006/07

... und hoher Aktualität – aber einfach realisierbar

The screenshot shows the 'BILDblog' website. The main content area features a post titled 'Stille Post Ultra' dated 20.10.2005. The post text reads: 'Eigentlich hatten wir ja gedacht, dass die "Bild am Sonntag" in ihrer "Korrekturen"-Rubrik am vergangenen Sonntag klarstellen würde, dass es sich bei Rumänien nicht um Moldawien handelt. Andererseits gehen diese Fünfeinhalb auf einen Streich dann zweifellos vor:'. Below the text is a graphic titled 'KORREKTUREN' with the following text: 'In der Ausgabe vom 9. Oktober stand auf Seite 64, daß der BMW M6 eine Leistung von 570 PS hat. Richtig ist: 507 PS. Auf derselben Seite in der Skizze Faszination Nordschleife sind mehrere Streckenabschnitte falsch geschrieben. Statt Hatzenbach muß es Hatzenbach heißen, statt Fuchshöhe – Fuchsröhre, statt Wehrselten – Wehrselfen, statt Kesselchen – Kesselchen, statt Melzgesfeld – Metzgesfeld.'

The sidebar on the right contains a 'Technologie: CMS auf Open Source-Basis, kostenfrei' banner, an award logo for 'Grimme Online Award 2005', and sections for 'Was passiert hier?', 'Kontonummer', and 'Kontakt'.

8 / Ansgar Zerfaß, WS 2006/07

... und dank RSS-Technologie auf Augenhöhe mit etablierten Medien

The screenshot shows the Bloglines interface. On the left, there is a list of RSS feeds from various sources like 'Bild T-Online', 'Dan Gilroy', 'FAZ Wirtschaft', etc. On the right, there are several blog entries with titles like 'Das E-Business Weblog (Exzerpte)', 'eNützlich', 'eObst', 'Reboot!', and 'DHL-Tracking sucks'. A red rectangular box is overlaid on the feed list with the text: 'RSS-Feeds abonnieren Blogs, Medien, Online-Journale a la carte'.

9 / Ansgar Zerfaß, WS 2006/07

Podcasts, Vodcasts und Wikis

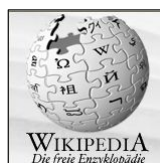
Podcasts/Vodcasts

- _ digitale Audio- bzw. Video-Beiträge (MP3/4)
- _ über RSS online verbreitet
- _ automatische Abofunktion für Nutzer; mobile Nutzung des zusammengestellten Programm über iPod oder andere Endgeräte



Wikis

- _ Wissensdatenbanken und Enzyklopädien im Internet, von den Nutzern frei editierbar
- _ einfache Bedienung und Stuktur, intensive Verlinkung
- _ kollaborative Abstimmungsprozesse

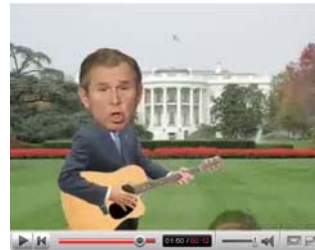


10 / Ansgar Zerfaß, WS 2006/07

Nutzung „top-down“ und „bottom-up“



Brothers in arms (youtube.com, 2006)



A Song by George Bush (youtube.com, 2006)

Wichtiger noch: das Publikum wird aktiv



Ausrisse (vergrößert): BILDblog.de

... aktiviert durch die geballte Medienmacht

Werden Sie BILD-Leser-Reporter!

BILD-Pressenausweis 2006
 1414 Leser-Reporter
 Aussteller: 1414
 ausgestellt von: BILD

Werden Sie BILD-Leser-Reporter!

Für jedes Foto, das bundesweit in BILD veröffentlicht wird, zahlen wir bares Geld. Senden Sie einfach Ihr Foto mit Telefonnummer, Name und Beschreibung per SMS/MMS an die Kurzwahl 1414 oder per E-Mail an 1414@bild.de

Abbildung ist nur keine Behauptung und die Arbeit von Politik oder Journalismus. Wir bitten Sie sich selbst und andere über die Aufnahme der Bilder zu informieren. Die hier abgebildeten Bilder sind urheberrechtlich geschützt. Bitte beachten Sie, dass dies ein Prozessions- / I. A. Vermerk der Bundespolizei, der Bundesanwaltschaft und der Staatsanwaltschaft ist.

**Praktikant/-in
"BILD-Leser-Reporter"**
 wir suchen schnellst möglich eine(n) Praktikant/-in

Aufgaben:

- Überprüfung und Einordnung eingeschickter Bilder und Videos - Auswahl der besten "Fotos des Tages" - Einfügen ins CMS (Vorkenntnisse von Vorteil) - Kreativer Input zur Entwicklung der BILD-Leser-Reporter-Bühne

Anforderungen:

- Sicherheit im Umgang mit dem MS-Office-Paket - schnelle Auffassungsgabe, sehr gute Schreibe - gute deutsch Kenntnisse - Flexibel, selbstständig, teamfähig, belastbar

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann bewerben Sie sich bei uns - gerne auch per Mail an rowan.barnett@bild.t-online.de

Praktikumsdauer: 3-6 Monate

13 / Ansgar Zerfaß, WS 2006/07

30.08.06: Verteilung von 2 Millionen Postkarten bundesweit / 27.08.06: Stellenangebot stepstone.de

... und bezahlt von kreativen PR-Agenturen

http://www.mywikibiz.com/ Wechseln zu Google

MyWikiBiz.com
 Authoring *Your* Legacy

Home Order Now Eligibility About Us Contact Us

MyWikiBiz.com – We author Wikipedia articles

Wikipedia is perhaps the most influential Internet phenomenon to emerge in the 21st century. The global, cooperative free-content encyclopedia is now the web's number one Reference site, and businesses shouldn't be left behind on this information opportunity.

If your company or organization already has a well-designed, accurately-written article on Wikipedia, then congratulations – our services are not for you.

However, if your business is lacking a well-written article on Wikipedia, read on – we're here to help you!

An article on Wikipedia about your business **will generate more traffic** to your web site. It's hard to believe, but the Wikipedia domain garners more Internet visitors than the web sites of the New York Times, the Weather Channel, MapQuest, and InfoSpace – **combined!**

alexa website statistics by alexaholic

alexaholic type: reach rank page views range: 7d 1m 3m 6m 1y 3y 5y

Daily Reach (per million)

wikipedia.org	mytimes.com	weather.com
mapquest.com	infospace.com	

60,000

14 / Ansgar Zerfaß, WS 2006/07

Krisen werden beschleunigt

The screenshot shows a web browser window with the URL <http://www.theinquirer.net/default.aspx?article=32550>. The page features the 'the INQUIRER' logo and a navigation menu on the left. The main content area is titled 'Direct 2 Dell' and contains an article titled 'Dell Details on Notebook Battery Recall'. The article text includes: 'Dell announced a recall today of lithium-ion batteries sold in many of our notebook computers over the past two years. You may have seen the recent New York Times story or have seen other details in the litigiousphere. As the leader of the mobile business for Dell, I wanted to share my thoughts on this recall.' and 'Lithium-ion is a proven technology which has been widely used in our industry for over ten years. These batteries are not just for notebook computers - they are found in many electronic products including cell phones and music players. For more information on lithium-ion safety, you can visit the Portable Rechargeable Battery Association.' The right sidebar contains a search box and a list of categories such as 'Battery Recall (11)', 'Consumer/Small Business (43)', and 'Customer Experience (34)'. The browser's address bar shows the URL <http://www.theinquirer.net/default.aspx?article=32550>.

15 / Ansgar Zerfaß, WS 2006/07

August 2006: Rückruf von 4,1 Mio Notebook-Akkus durch Dell, Kosten ca. 400 Mio. US-\$

Neue Kommunikationswege eröffnen Chancen

The screenshot shows a web browser window with the URL <http://www.direct2dell.com/2006/08/31/2421.aspx>. The page features the 'Direct 2 Dell' logo and a navigation menu on the left. The main content area is titled 'Dell Response to Wall Street Journal Article' and contains the following text: 'Some of you may have seen yesterday's story that appeared in the Wall Street Journal (subscription required). Our view is that it only tells part of the Dell story. What's missing is the progress we're making against four key areas for consumer and small-business customers: post-sales customer experience, sales customer experience, pricing simplification, and improving how we reach customers through marketing.' The right sidebar contains a search box and a list of categories such as 'Battery Recall (11)', 'Consumer/Small Business (43)', and 'Customer Experience (34)'. The browser's address bar shows the URL <http://www.direct2dell.com/2006/08/31/2421.aspx>.

16 / Ansgar Zerfaß, WS 2006/07

Was bedeutet das für die Kommunikation?

Das Rieplsche Gesetz

Es „ergibt sich gewissermassen als ein Grundgesetz der Entwicklung des Nachrichtenwesens,

dass die einfachsten Mittel, Formen und Methoden, wenn sie nur einmal eingebürgert und brauchbar gefunden worden sind, auch von den vollkommendsten und höchst entwickelten niemals wieder gänzlich und dauernd verdrängt und außer Gebrauch gesetzt werden können,

sondern sich neben diesen erhalten, nur daß sie genötigt werden, andere Aufgaben und Verwertungsgebiete aufzusuchen.“

Wolfgang Riepl, Das Nachrichtenwesen des Altertums, Leipzig 1913

In der „Google-Welt“ gelten neue Spielregeln

	Gutenberg-Galaxis	McLuhan-Galaxis	Internet-Galaxie	Google-Welt
Dominante Medien bzw. Plattformen	Buch	Fernsehen	Internet (Lineare Anwendungen: Websites, E-Mail)	Internet (Social Software: Weblogs, Wikis, etc.)
Überwindung der Grenzen von ...	Raum	Zeit	Sequentialität	Linearität
Vermittlungsform	Narrowspread	Broadcast	Narrowcast	Narrowsearch
Ermöglicht ...	Massenkommunikation	Massenkommunikation	Massenkomm., Persönliche Kommunikation	Massenkomm., Persönliche Kommunikation
Gatekeeper	–	Journalisten	Online-Journalisten	Suchmaschinen, Blogger
Engpass	Distribution	Thematisierung	Aufmerksamkeit	Digitale Reputation
Erfolgsfaktoren	Glaubwürdigkeit Verfügbarkeit Authentizität	Glaubwürdigkeit Reichweite Aktualität	Glaubwürdigkeit Reichweite Informationstiefe	Glaubwürdigkeit Vernetzung Authentizität

Vorboten einer neuen Kommunikationskultur?

Merkmale der Google-Welt

- _ Neuartiger Zugang der Rezipienten zu Information und Wissen:
Suchmaschinen und Social Software
- _ Aktuell benötigtes Wissen wird nicht von zentralen Institutionen generiert, sondern aus einem techno-sozialen Netz von Informationsanbietern zusammengestellt
- _ Suchmaschinen orientieren sich am Vernetzungsgrad:
Inhalte aus etablierten Medien und Weblogs sind durch RSS etc. gleichartig

Neue Erfolgsfaktoren

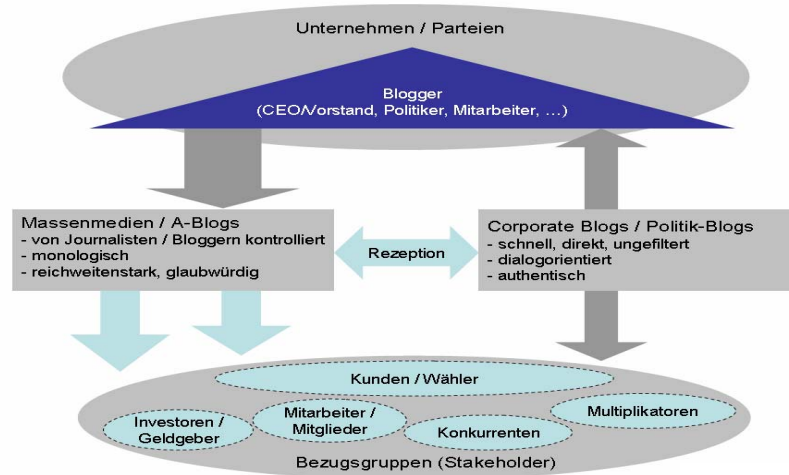
- _ Digitale Reputation, d. h. Zuschreibung von Kompetenz und Identität im Netz, sowie „Passion and Hubness“ (Authentizität und Vernetzung)

→ Renaissance von persönlicher Kommunikation und sozialen Netzwerken

Herausforderungen für politische Akteure



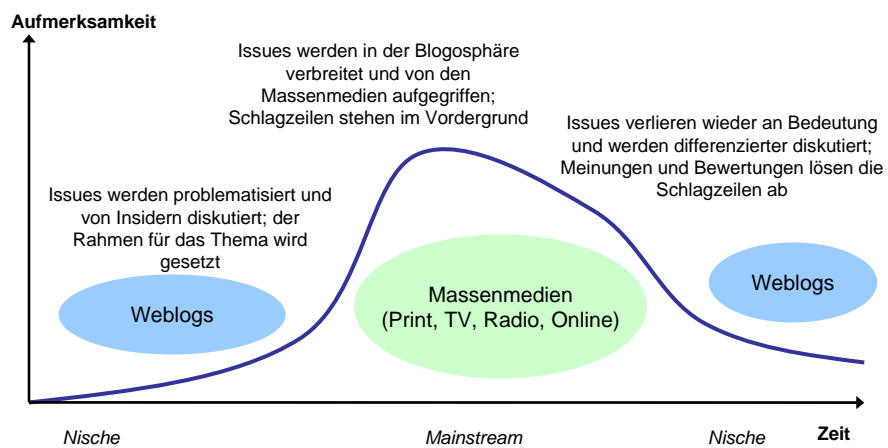
Neue Gatekeeper und Multiplikatoren, direkte Kommunikation und massenmediale Rezeption



21 / Ansgar Zerfaß, WS 2006/07

Quelle: Zerfaß/Boelter, Die neuen Meinungsmacher, Graz 2005

Kommunikation wird unberechenbarer – Issues werden früher und länger relevant



22 / Ansgar Zerfaß, WS 2006/07

Quelle: Zerfaß/Boelter, Die neuen Meinungsmacher, Graz 2005

Empirie: Rezeption von Politik-Blogs in den Medien

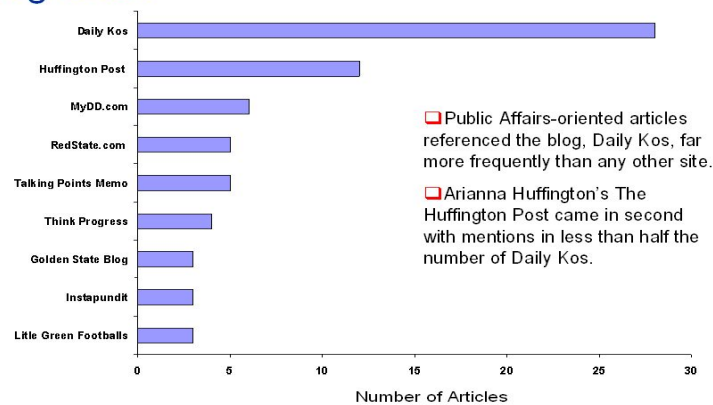
Methodology

- StrategyOne analyzed coverage appearing in major media and public affairs publications - and issue-related publications for mentions of blogs and bloggers. The publications included in this analysis were:

USA	UK	France
<ul style="list-style-type: none">The Washington PostThe New York TimesThe HillRoll CallNational JournalCQ WeeklyCQ TodayCQ HealthBeatCQ Homeland Security	<ul style="list-style-type: none">The TimesThe Daily TelegraphFinancial timesThe GuardianThe IndependentDaily Mail	<ul style="list-style-type: none">Le MondeLibérationLe Figaro

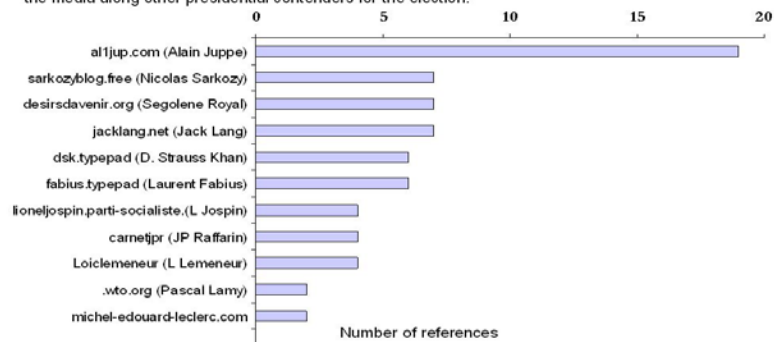
- The publications were searched using the Factiva database. Only those articles with the terms "blog," "blogger," "blogging" or "Web log" were included in the detailed analysis of individual blog sites. In all 908 articles were analyzed.
- For the time-series analysis of blog mentions over time, the same publications were search using the terms above, however, the position of the terms in the articles was not restricted.

United States - Most Frequently Referenced Blog Sites



France - Main Bloggers on Public Affairs

- Political blogs get most media coverage with Alain Juppé's (former Bordeaux Mayor) attracting most coverage re his comeback in politics.
- Nicolas Sarkozy and Segolene Royal, both candidates to the next French presidential election are quoted by the media along other presidential contenders for the election.



Diskussionspunkte (vgl. Grundlagenliteratur)

- _ Was ist qualitativ neu an der Web 2.0-Kommunikation?
- _ Welche Anwendungen in der Politik sind Ihnen aufgefallen, wie beurteilen Sie Chancen und Risiken?
- _ Verändert Social Software politische Prozesse und Machtverhältnisse?