



# Schreibkampf zwischen Tag und Nacht

Blogger sind Getriebene, schlecht bezahlt und ständig auf dem Sprung. Leser sind maßlos, kritisch und zum Groupietum bereit. Warum Blogs nicht loslassen, auch nach dem hundertmillionsten nicht.

**J**orn Barger bloggte als einer der Ersten. Ende 1997 begann er auf seiner Website *Robot Wisdom* täglich Einträge vorzunehmen, in denen er auf Artikel aus Politik und Technologie verwies. Barger prägte den Begriff „Logging the Web“, das Web aufzeichnen. Später wurde „Blog“ daraus.

Unter Bloggern erzählt man sich, dass Barger in den Straßen von San Francisco anzutreffen war, obdachlos. Bei sich soll er ein Schild getragen haben, auf dem stand: „Ich erfand das Wort Blog und verdiente keinen Groschen damit.“

## Einfluss und Bescheidenheit

Der US-Präsidentenwahlkampf demonstrierte einmal mehr den Einfluss von Bloggern. Der Politikblog *Five Thirty Eight* etwa fasste sämtliche Umfragen zusammen und entwickelte zusätzlich ein statistisches Modell, das den Ausgang der Wahl in manchen Gebieten bis ins Detail erriet.

Was einen interessanten Blog ausmacht, versuchte Andrew Sullivan, Blogger und Autor für das US-Politikmagazin *The Atlantic*, in einem Gespräch mit seinem Kollegen Marc Ambinder zusammenzufassen: „Ein guter Blog muss unbefangen sein. Man schreibt, ohne darüber nachzudenken, dass man schreibt.“

Dass er als Blogger weder Themenvorgaben noch einen korrigierend eingreifenden Chefredakteur hatte, sondern einfach nur den „Publizieren“-Knopf drücken musste, erschien Sullivan anfangs geradezu wie eine Befreiung. Die zunehmende Leserschaft seines Blogs *The Daily Dish* veränderte die Perspektive zwar, doch Grundlegendes blieb: „Ich glaube immer noch, dass ich für ein paar Leute schreibe. Man denkt nicht ans Publikum, wenn man auf der Bühne steht.“ Im Jänner 2008 allein zählte er bei seinem Blog 7,6 Mio. Pageviews. Der große

Ansturm im Endspurt des Wahlkampfes stand da erst bevor.

Der US-Journalist John Ridley bloggt unter anderem für die linksliberale Online-Zeitung *The Huffington Post* und die Website des Radiosenders National Public Radio (NPR). NPR habe hohe Standards, sagt er, Fakten müssten peinlich genau überprüft werden. Bei der *Huffington Post* hingegen würde er ermuntert, zu schreiben, was er gerade denkt.

Die Kurzlebigkeit der Nachrichten bedeutet nicht, keine Verantwortung für das Geschriebene zu haben. Insbesondere bei bekannten Bloggern werden Fehler nicht vergessen. Sullivan erinnert sich an seine Fehleinschätzung im Hinblick auf den Militäreinsatz der USA im Irak. Seine anfängliche Pro-Linie erklärte er später unter anderem mit der Angst, die nach dem 11. September 2001 herrschte. Die harsche Kritik, die ihm von Kriegsgegnern entgegenschlug, machte ihn, nicht zuletzt aufgrund seiner riesigen Leserschaft, bescheiden, wie er sagt.

## Schlaflose Nächte

Die Technologie ermöglicht es Bloggern, ihre Büros heute nahezu überall zu öffnen. Und weil das Internet nicht schläft, ist Nachschub zu jeder Tages- und Nachtzeit erwünscht.

„Wenn Blogs alles sind, was es gibt, dann sind wir in Schwierigkeiten.“

ANDREW SULLIVAN,  
BLOGGER UND AUTOR

Ende 2007 starb der Technikblogger Marc Orchant an einem Herzinfarkt. Einige Monate darauf erlag Russell Shaw, auch Blogger im Technologiebereich, ebenfalls einer Herzerkrankung. Angesichts von weltweit mehr als 100 Mio. Blogs lässt sich



Die im Internet generierte Informationsmenge steigt mit zunehmender Bedeutung des Mediums (an). Ein Ende der Entwicklung ist nicht abzusehen. Foto: Photos.com

daraus freilich kein Trend abzulesen. Für Szenekenner scheint dennoch festzustehen, dass dem Stresspegel, dem vor allem pro Artikel bezahlte Blogger ausgesetzt sind, viele nur aufgrund ihrer Jugend standhalten.

Als Sullivan im Jahr 2000 begann, waren ständig aktualisierte private Websites dünn gesät. Heute schafft er es kaum, sich eine freie Stunde zu nehmen. Er beschreibt eine immanente Getriebenheit, angestachelt von der maßlos scheinenden Bereitschaft der Leser, laufend Neues aufzusaugen. Pro Tag gehen an die tausend E-Mails von Lesern bei ihm ein. Dennoch: „Es ist überaus schmeichelhaft und in gewisser Weise narkotisierend“, sagt Sullivan.

## Nicht das große Geld

Als Ana Marie Cox, Gründerin des Politikratschlags *Wonkette* erfuhr, dass sie einen Presseplatz im Wahlkampftruss von John McCain ergattert hatte, war sie gerade arbeitslos. Um die Möglichkeit nicht verfallen zu lassen, hautnah über den republikanischen Präsidenten-

schaftskandidaten zu berichten, startete sie eine Spendenkampagne, die ihr 6000 Dollar einbrachte, berichtet Rex Sorgatz vom Blog *Fimoculous.com*. „Ich bin sicher, dass wir mehr Spendenkampagnen von Bloggern erleben werden. Ich bin eher überrascht, dass es nicht schon mehr gibt“, so Sorgatz bei einer Diskussion im Radiosender NPR. Das Problem sei dabei die Kontinuität. Die Leute würden ein wenig spenden, allerdings auch recht bald wieder damit aufhören.

„Ich bin sicher, dass wir mehr Spendenkampagnen von Bloggern erleben werden.“

REX SORGATZ,  
BLOGGER

Laut Sorgatz würde „nur eine Handvoll“ Leute mit Blogging ähnlich viel Geld verdienen wie mit einem gut bezahlten Vollzeitjob. Hunderttausende be-

kämen mittels Werbung kleine Summen herein, diese seien allerdings eher ein Zubrot.

Internet und Wirtschaftskrise setzen den Zeitungen weltweit zu. In den USA hatte dies in den letzten Monaten eine Entlassungswelle von Redakteuren zur Folge. Eine ganze Reihe darunter hat als Blogger angeheuert oder versucht sich an einem eigenen Blog – mit deutlich mehr Arbeitsaufwand und finanziellen Einbußen. Autor Ridley rät insgesamt zu Realismus: Nicht jeder könne die nächste *Huffington Post* sein.

Inmitten einer Internet-Wirtschaft, die weiterhin für Klicks bezahlt, ist Masse oft der Schlüssel zu Erfolg und damit mehr Geld. Seriöser Journalismus ist dabei nicht die Regel. Laut Profiblogger Sullivan verlieren daher die Print-Medien auch nicht ihre Bedeutung. Tiefgehende Recherchen würden einfach ein anderes Ergebnis liefern. „Wenn Blogs alles sind, was es gibt, dann sind wir in Schwierigkeiten.“

Alexandra Riegler  
Charlotte/USA