

Brüggemann, Michael; Engesser, Sven (2015): Skeptiker müssen draußen bleiben: Weblogs und Klimajournalismus. In Oliver Hahn, Ralf Hohlfeld, Thomas Knieper (Eds.): Digitale Öffentlichkeit(en). Konstanz: UVK, pp. 165–182.

## **Skeptiker müssen draußen bleiben: Weblogs und Klimajournalismus**

*Michael Brüggemann und Sven Engesser*

### **1 Einleitung**

Digitale Öffentlichkeiten sind durch ein Nebeneinander von professionellen und partizipativen Plattformen geprägt (Neuberger 2009). Informationsleistungen im Web können von professionellen Akteuren, Amateuren oder technischen Diensten erbracht werden und alle drei können dabei in Konkurrenz zueinander treten, sich ergänzen oder ineinandergreifen. Gerade die Vernetzung verschiedener Foren durch wechselseitige Verweise und gegenseitigen Austausch ermöglicht die Entstehung einer integrierten Öffentlichkeit (ebd.). Die technischen Möglichkeiten dafür sind in digitalen Öffentlichkeiten durchaus gegeben, denn hier ist es leicht, Angebote zu verlinken und so einer Fragmentierung öffentlicher Debatten entgegen zu wirken. Journalisten können mit geringem Aufwand einer Vielzahl an anderen Akteuren beispielsweise auf Twitter folgen und deren Beiträge zur Debatte mit den eigenen vernetzen. Die Frage ist jedoch, ob dies in der Praxis auch tatsächlich passiert. Das wird in diesem Kapitel exemplarisch am Beispiel der Rolle von Bloggern und Weblogs im Klimajournalismus untersucht.

Beim Thema Klimawandel spielen neben klassischen journalistischen Angeboten im Internet auch Weblogs eine wichtige Rolle. Dies lässt sich beispiel-

Michael Brüggemann und Sven Engesser

haft an der deutschen und US-amerikanischen Debatte zum Klimawandel illustrieren: Neben Spiegel Online und *New York Times* sind im Web auch führende Klimawissenschaftler mit eigenen und weithin bekannten Blogs aktiv: Der deutsche Klimaforscher Stefan Rahmstorf bloggt auf Deutsch in der Klimalounge und auf Englisch zusammen mit renommierten US-amerikanischen Kollegen auf [realclimate.org](http://realclimate.org). Im deutschen Sprachgebiet ist die Klimazwiebel ein weiteres von Wissenschaftlern verfasstes Blog. Professionell von der Hochschul-PR der ETH Zürich betrieben wird das ETH-Klimablog, das mittlerweile in Zukunftsblog umbenannt wurde (Krauss 2012). Die Kritiker der Diagnose eines anthropogenen Klimawandels sind ebenfalls mit eigenen Blogs aktiv und erfolgreich: Climate Depot und Wattsupwiththat sind wichtige Bezugspunkte der Klimaskeptiker-Szene in den USA. Und im deutschen Sprachgebiet betreibt *Eike*, das so genannte „Europäische Institut“ für Klima und Energie, den systematischen Angriff auf die Befunde der etablierten Klimawissenschaft. Jenseits des anspruchsvollen fachwissenschaftlichen Diskurses und der blanken Leugnung wissenschaftlicher Erkenntnisse blüht in den USA eine Vielfalt an aktuellen Online-Angeboten mit Nachrichten zum Klimawandel, die oftmals politischen Aktivismus und Journalismus vermischen (Brüggemann 2014), während in Deutschland wenige etablierte Medien (darunter führend Spiegel Online) die Debatte prägen.

Blogger und Weblogs, so kann man vermuten, sollten gerade beim Thema Klimawandel eine wichtige Rolle im Journalismus spielen. Dies ist vor allem auch deshalb plausibel, weil das Thema Klimawandel den damit befassten Journalisten eine hohe naturwissenschaftliche Expertise abverlangt, die aber nicht immer vorhanden ist (Wilson 2000). Zudem hat die Zahl von Wissenschaftsressorts und Wissenschaftsjournalisten zumindest in den USA abgenommen (Russel 2010). Infolgedessen liegt die Vermutung nahe, dass journalistische Medien bei diesem Thema gerne auf externe Fachexperten für Gastbeiträge und als Quellen für Zitate zurückgreifen. Blogger bieten sich dabei als eine Akteursgruppe an, die Journalismus-ähnliche Inhalte gratis anbietet und als Inhaltslieferant für finanziell in Bedrängnis geratene Redaktionen willkommene „information subsidies“ (Gandy 1982) bereitstellen kann.

Um diese Grundannahme zu untersuchen, wird in diesem Beitrag zunächst konzeptionell das Verhältnis von Journalismus und Weblogs diskutiert. Dabei wird das Konzept der „interpretive community“ (Zelizer 1993; 2010) weiter-

entwickelt, das nicht nur auf Deutungsgemeinschaften unter Journalisten anwendbar ist, sondern auch integrierende gemeinsame Interpretationsmuster zwischen Journalisten, anderen Akteuren (z. B. Bloggern) und Publikumssegmenten bezeichnen kann. Im zweiten Schritt wird auf die Daten einer standardisierten Online-Befragung von Klimajournalisten in fünf Ländern zurückgegriffen, um zwei Forschungsfragen zu beantworten: (F1) Welche Rolle spielen Blogger und Weblogs im Klimajournalismus? (F2) Sind die Blogger Teil einer Deutungsgemeinschaft zum Thema Klimawandel?

Die empirische Studie zeigt, dass Klimajournalisten die Existenz eines menschengemachten Klimawandels nicht (mehr) in Frage stellen und zu diesem Thema eine Deutungsgemeinschaft bilden (siehe auch die bereits veröffentlichten Ergebnisse in: Brüggemann/Engesser 2014). Blogger sind in die journalistische Produktion auf zweierlei Weise eingebunden: als Quellen und als Gast-Autoren. Im Hinblick auf die Interpretation des Klimawandels sind sie Teil der journalistischen Deutungsgemeinschaft.

## 2 Weblogs und Klimajournalismus

Das Verhältnis von Weblogs und Journalismus sowie von Bloggern und Journalisten wird in der konzeptionellen Debatte oft als Konkurrenz (Garden 2012) oder Symbiose (Davis 2012) dargestellt (siehe auch: Nuernbergk 2013). Doch bevor deren Beziehung sinnvoll diskutiert werden kann, müssen beide Begriffe voneinander abgegrenzt werden. Die Unterscheidung ist jedoch nicht ganz unproblematisch: Einerseits bieten professionelle Medien Weblogs an – im Hinblick auf Klimakommunikation zum Beispiel der britische *Guardian*. Andererseits stehen hinter einigen Blogs zunehmend professionelle, redaktionelle Organisationen, die sich an journalistischen Arbeitsweisen orientieren. Die Grenzen zwischen beiden Feldern sind also nicht klar gezogen.

### 2.1 Definition von Weblogs

Es bleibt in der Debatte umstritten, ob sich Blogs technisch abgrenzen, etwa durch die Benutzung von Blog-Software (z. B. WordPress) und somit ein technisch definiertes *Medium* bilden, oder ob sie ein *Genre* öffentlicher Kommunikation sind (Garden 2012). Mit letzterem wäre eine spezifische Kommunikationsform gemeint, die sich durch Subjektivität, Meinung und die Interaktion

Michael Brüggemann und Sven Engesser

mit Usern und anderen Bloggern auszeichnet. Der Minimalkonsens besteht lediglich darin, dass es sich bei Blogs um regelmäßig aktualisierte Online-Publikationen handelt, bei denen die neuesten Posts jeweils oben stehen (für einen Überblick über die Diskussion siehe: Engesser 2013a: 61-74, Neuberger et al. 2009, Schmidt 2007). Der Blogger ist dann jemand, der Blogs schreibt. In diesem Sinne können Twitter-Feeds oder Facebook-Seiten auch als (Mikro-)Blogs aufgefasst werden. Damit sagt die Kategorie angesichts der weiten inhaltlichen Ausdifferenzierung verschiedener Typen von Blogs aber auch nicht mehr viel aus (Engesser 2013b). Möchte man weiter an ihr festhalten, sollte sie zumindest durch Wortergänzungen näher spezifiziert werden (z. B. Watchblogs, politische Weblogs, J-Blogs) (Bruns/Jacobs 2006: 3). So erscheint es zum Beispiel sinnvoller, die Merkmale *journalistischer* Blogs zu analysieren als die von Blogs im Allgemeinen. Es kann aber von einer Studie journalistischer Blogs keinen Rückschluss auf die viel größere Zahl privater Tagebuch-Blogs geben, die weitgehend jenseits der Aufmerksamkeit eines breiteren Publikums in den Tiefen des Webs existieren. Entsprechend ist auch die Gruppe der Blogger divers: Unter ihnen sind professionelle Journalisten, Wissenschaftler und alle denkbaren anderen Typen von Kommunikatoren. Das Autorenspektrum der Blogosphäre ist damit weit vielfältiger als die des traditionellen Journalismus.

## 2.2 Definition des Journalismus

Daher erscheint es im Vergleich fast schon einfach, Journalisten und Journalismus zu definieren. Auch hier ist der Journalist zunächst einmal derjenige, der den Journalismus hervorbringt. Und der professionelle Journalist ist derjenige, der dafür von (relativ) unabhängigen Medienorganisationen bezahlt wird. Auch der Amateur-Journalist kann zum Journalismus beitragen, wenn letzterer funktional definiert wird. Dann ist Journalismus eine gesellschaftliche Leistung oder Institution, die sich an zentralen Prinzipien wie Aktualität, Faktizität und Unabhängigkeit orientiert und zur demokratischen Willensbildung und gesellschaftlichen Selbstbeobachtung beiträgt (Engesser 2013a: 38-42, Esser/Wessler 2002, Meier 2007, Rühl 1980, Weischenberg 2004).

### 2.3 Verhältnis von Weblogs und Journalismus

Ein mögliches Verhältnis der Konkurrenz herrscht zwischen Weblogs und Journalismus im hier diskutierten Begriffsverständnis nicht, denn Blogs könnten zum Journalismus beitragen oder eben nicht. Konkurrenzverhältnisse gibt es aber zwischen konkreten Akteuren: Neue Akteure, die aktuelle, faktische Informationen auf neuen digitalen Plattformen anbieten, treten in den Wettbewerb mit klassischen Medienorganisationen.

Eine symbiotische Vernetzung ist in zweierlei Hinsicht denkbar: Erstens können sich die beiden Angebote durch Links und Zitation vernetzen. Aus Sicht professioneller Journalisten in klassischen Medienorganisationen erscheinen Blogger als eine mögliche Informationsquelle neben anderen. Blogs bedienen sich der Medieninhalte und kommentieren diese. Hier besteht also weniger Konkurrenz, als eine Integration der publizistischen Leistung beider Instanzen: Blogs fungieren häufig als „echo-chamber“ (Singer 2005: 192) für klassische journalistische Angebote. Umgekehrt greifen klassische Medien auch die Themen aus der Blogosphäre auf, so dass es zu einem „source cycle“ (Messner/Distaso 2008) kommt.

Zweitens werden Blogger als Autoren in journalistische Angebote integriert, wenn zum Beispiel der *Guardian* oder die *Huffington Post* Klima-Blogger beschäftigt. Oder Blogs und klassische Medienangebote sind miteinander locker assoziiert, wie das Dot Earth Blog des ehemaligen *New York Times*-Journalisten Andrew Revkin: Sein Blog erscheint zwar online im Rahmen der *New York Times*, doch er ist kein fest angestellter Journalist mehr, sondern ein Universitätsdozent, der bloggt.

Schließlich wird in der Literatur immer wieder die These eines starken wechselseitigen Einflusses vertreten, der zu einer Konvergenz zwischen Blogging und Journalismus führe: Blogs beziehungsweise Amateurjournalisten werden für Qualitätsschwund und die Krise des professionellen Journalismus verantwortlich gemacht (Mothes 2014: 32-50) oder ihnen werden positive Effekte unterstellt, indem sie den Journalismus zu mehr Transparenz und Interaktion mit dem Publikum bringen (Davis 2012). Zu bedenken ist aber, dass Journalismus über die letzten Jahrzehnte relativ stabile Routinen der Berichterstattung institutionalisiert hat, und sich die Praktiken des Bloggens noch ra-

pide weiterentwickeln. Da erscheint es wesentlich plausibler, dass Journalismus ein Rollenmodell für bestimmte Blogs wird (und die Blogs sich „normalisieren“) als umgekehrt (Davis 2012, Singer 2005).

Den Zugang zum breiteren Publikum finden Blogger auch heute häufig noch über die Vermittlung klassischer Medien. Damit stellt sich die Frage, unter welchen Bedingungen Blogger zitiert werden oder sogar als Gastautoren in etablierten Medien zu Wort kommen. Hier lässt sich vermuten, dass Mechanismen der instrumentellen Aktualisierung (Kepplinger et al. 1989) und des Zitierens von opportunen Zeugen (Hagen 1992) eine wichtige Rolle spielen: Blogger werden dann Zugang bekommen, wenn sie eine ähnliche Perspektive auf das zu bearbeitende Feld der Berichterstattung haben wie die jeweilige Redaktion.

An diese Idee ist das Konzept der „interpretive community“ (Zelizer 1993, 2010) gut anschlussfähig. Zelizer vermutet, dass sich Journalisten als Gruppe wesentlich über geteilte Bedeutungsmuster definieren, wobei sie sich dabei einerseits auf Interpretationen der journalistischen Berufsrolle bezieht, die sich in Diskursen über Schlüsselereignisse konstituieren, wie es in den USA die Watergate-Affäre war. Andererseits entwickeln Journalisten als Deutungsgemeinschaft auch gemeinsame Vorstellungen davon, wie mit einem bestimmten Gegenstand der Berichterstattung umgegangen werden soll, wie Zelizer (2010) an der Berichterstattung über die Tötung Saddam Husseins aufzeigt. Nun ist es plausibel, dass auch bestimmte journalistische Quellen (Berkowitz/TerKeurst 1999) und auch Segmente des Publikums (Leiserowitz 2007 mit Bezug auf die öffentliche Meinung zum Klimawandel) Teil dieser Deutungsgemeinschaft werden.

Damit lässt sich also vermuten, dass Blogger und Blogs dann als Autoren und Quellen in den journalistischen Produktionsprozess integriert werden, wenn Sie eine ähnliche Sicht auf den Berichterstattungsgegenstand vertreten wie Journalisten und Redaktionen selbst. Dabei kann sich diese Sicht erstens darauf beziehen, um was es geht, zum Beispiel beim Thema Klimawandel. Und zweitens darum, wie man mit den damit verbundenen kommunikativen Herausforderungen umgeht. Beim Thema Klimawandel ist hier an den Umgang mit Klimaskeptikern zu denken, also jenen Stimmen, die bestreiten, dass es den anthropogenen Klimawandel gibt, dass CO<sub>2</sub>-Emissionen die zentrale Ursache sind oder dass er ein Problem für Mensch und Umwelt darstellt (siehe ausführlicher in: Brüggemann/Engesser 2014).

### 2.3 Forschungsstand zu Weblogs im Klimajournalismus

Die empirischen Untersuchungen zur Klimadebatte sind zwar zahlreich (für einen Überblick siehe: Anderson 2009, Hansen 2011, Schäfer 2011), aber es mangelt an Studien, die sich auf das Verhältnis zwischen Journalisten und Bloggern in der Klimakommunikation konzentrieren.

Klimablogs in Deutschland werden in einer Übersicht von Krauss (2012) beschrieben: Zentrales Merkmal der Klimablogosphäre ist demnach die Politisierung der wissenschaftlichen Klimadebatte. Blogs betreiben dabei sowohl politischen Aktivismus, persönliche Auseinander- (und Herab)setzung unterschiedlicher Akteure, aber auch den Versuch, als „honest broker“ in der Klimadebatte zu vermitteln. Thorsen (2009) exploriert die Blogs von Antarktisforschern und sieht diese als wichtige potentielle Wissensressource für Journalisten. Walejko/Ksiazek (2010) untersuchen das Linkverhalten von Wissenschaftsbloggern am Beispiel des Themas Klimawandel: Wissenschaftsblogger verlinken demnach häufig auf andere Blogs und auf die Online-Artikel klassischer Medien. Zudem verlinken sie intensiv auf akademische Quellen und NGOs. Zur Twitter-Nutzung beim Thema Klimawandel ist hier vor allem die Studie von Kirilenko/Stepchenkova (2014) relevant, da sie auf der Basis der Auswertung von 1,8 Millionen Tweets in fünf Sprachen die Twitter-Nutzung zum Klimawandel 2012 und 2013 analysiert. Das Ergebnis ist eine hochgradig konzentrierte und hierarchische Kommunikation, in der überwiegend etablierte Medien dominieren, es aber deutliche Länderunterschiede gibt. So sind es in Deutschland die Angebote von etablierten Playern wie Spiegel Online, Sueddeutsche.de und Zeit.de, die als wichtigste Kommunikatoren hervorstechen. Im englischen Sprachgebiet ist der *Guardian* mit großem Abstand vorne, darauf folgt mit *Thinkprogress* eine professionelle Advocacy-Organisation, im Artikel von Kirilenko/Stepchenkova als „blog“ bezeichnet, und die *Huffington Post*. In allen Fällen sind es jedenfalls nicht individuelle Blogger, sondern Organisationen mit professionellen Redaktionen, die die Aufmerksamkeit auf Twitter auf sich ziehen. Dies wirft die Frage auf, ob die Rolle von Blogs in öffentlichen Debatten nicht überbewertet wird. Dazu bedarf es weiterer empirischer Studien.

Die erste Forschungsfrage (F1) nach der Rolle von Bloggern und Weblogs im Klimajournalismus wird anhand von zwei Indikatoren untersucht:

Michael Brüggemann und Sven Engesser

- a) Die Bedeutung von Bloggern als Autoren in wichtigen journalistischen Angeboten
- b) Die Bedeutung von Blogs als Quellen für Klimajournalisten.

Zur Beantwortung der zweiten Forschungsfrage (F2) nach der Mitgliedschaft von Bloggern in der journalistischen Deutungsgemeinschaft zum Thema Klimawandel, sind ebenfalls zwei Indikatoren gemessen worden:

- a) Die Einstellung von Bloggern und Journalisten zum Klimawandel: Gibt es Einigkeit darüber, dass der anthropogene Klimawandel als relevantes Problem existiert, dessen zentrale Ursache Kohlendioxid-Emissionen sind, die es zu reduzieren gilt?
- b) Publizistischer Umgang mit Skeptikern: Soll man sie zitieren, kontextualisieren oder ausgrenzen?

### 3 Methode

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurde eine standardisierte internetgestützte Befragung unter Klima-Autoren in fünf Ländern durchgeführt: Deutschland, Großbritannien, Indien, USA und Schweiz. Die vier westlichen Industrieländer haben hohe CO<sub>2</sub>-Emissionen gemeinsam und unterscheiden sich zugleich durch die Bedeutung der Klima-Skeptiker in der öffentlichen Debatte (Grundmann/Scott 2014). Da sich Indien in der Klimakommunikation als sehr interessanter Fall erwiesen hat (Billett 2010), wurde es als exemplarisches Schwellenland in die Stichprobe aufgenommen. In den Untersuchungsländern wurden je fünf professionelle Leitmedien ausgewählt: zwei Qualitätszeitungen sowie eine Boulevard-, Regional- und Onlinezeitung.

Als Klima-Autoren wurden alle Personen definiert, die in den ausgewählten Leitmedien mindestens zwei Beiträge zum Klimawandel in den anderthalb Jahren von Januar 2011 bis August 2012 verfasst hatten. Zunächst wurden die Online- und Printausgaben der Leitmedien im Untersuchungszeitraum mithilfe eines in vorherigen Studien (z. B. Schmidt et al. 2013) validierten Suchrings („Klimawandel“ ODER „globale Erwärmung“ ODER „Treibhauseffekt“) durchsucht. Auf Basis der gefundenen Artikel wurde eine Auswahlgesamtheit von 170 Klima-Autoren identifiziert. Davon nahmen 64 an einer



Online-Befragung (September bis Oktober 2012) teil, was einer für vergleichbare Untersuchungen zufriedenstellenden Antwortquote von 38 % entspricht (für Details zur Methode siehe: Brüggemann/Engesser 2014).

## 4 Ergebnisse

Zunächst wurde die ermittelte Auswahlgesamtheit der Klima-Autoren anhand der von ihnen veröffentlichten Beiträge den verschiedenen Ressorts und formalen Bereichen innerhalb der Zeitungen zugeordnet (*Tabelle 1*). Diese Einteilung wurde bei den Teilnehmern der Befragung durch eine Selbstverortung („Als was sehen Sie sich primär?“) validiert.

*Tabelle 1: Verortung der Klima-Autoren*

	<i>N</i>	Prozent
Umweltjournalist	44	26
Wissenschaftsjournalist	40	24
Allgemeiner Nachrichtenjournalist	28	16
Politikjournalist	19	11
Experte/Gastbeitrag	11	6
Kolumnist	10	6
Blogger	8	5
Wirtschaftsjournalist	5	3
Lokaljournalist	5	3
Gesamt	170	100

Es fällt auf, dass nur eine kleine Minderheit der Auswahlgesamtheit in den Medienangeboten explizit als Blogger bezeichnet wird (oder ein als Blog bezeichnetes Produkt verantwortet). Die Hälfte der Klima-Autoren besteht zu gleichen Teilen aus Umwelt- und Wissenschaftsjournalisten. Ein ähnliches Bild zeichnet sich in der Stichprobe ( $N = 64$ ) ab. Auch dort stellen die Wissenschafts- (25 %) und Umweltjournalisten (17 %) die größten Anteile, während die Gruppe der Blogger marginal bleibt (8 %). Demnach spielen Blogger als Klima-Autoren nur eine untergeordnete Rolle.

#### 4.1 Blogger als Extremgruppe

In einer früheren Veröffentlichung konnte bereits gezeigt werden, dass sich unter den Klima-Autoren eine transnationale Deutungsgemeinschaft herausbildet. Mitglieder dieser Gemeinschaft haben die Zustimmung zu den vier zentralen Positionen des Weltklimarats (Vorhandensein globaler Erwärmung, Mensch als Ursache, gravierende Probleme als Konsequenz, Emissionsreduktion als Lösung) sowie den reservierten und kritisch reflektierten Umgang mit den Klima-Skeptikern gemeinsam (Brüggemann/Engesser 2014).

Die kleine Gruppe der Blogger teilt diesen Konsens und schließt sich damit der Deutungsgemeinschaft an. Zugleich unterscheidet sie sich hinsichtlich einer Reihe von Merkmalen signifikant von den Journalisten (Tabelle 2). Zunächst sind die Blogger im Vergleich zu den Journalisten fachlich hoch spezialisiert und politisch weiter links eingestellt. Auch die Zustimmung zu den vier Positionen des Weltklimarats ist bei den Bloggern maximal ausgeprägt und damit noch stärker als bei den Journalisten, wo sie ohnehin bereits hoch ist. Zudem lehnen es die Blogger vollkommen ab, Klima-Skeptiker in der Berichterstattung genauso zu behandeln wie die übrigen Akteure in der Debatte. Schließlich sind die Blogger im Sample eher der Meinung, dass den Skeptikern der Zugang zu den Massenmedien verwehrt bleiben sollte.

*Tabelle 2: Merkmale von Journalisten und Bloggern im Vergleich*

Merkmal	Journalisten (N=59)	Blogger (N=5)	Gesamt (N=64)	T-Test
Berufliche Spezialisierung <sup>b</sup>	3,52	5,00	3,62	$t(56) = 7,86,$ $p < ,000$
Politische Einstellung <sup>c</sup>	3,02	1,80	2,90	$t(48) = -2,25,$ $p = ,029$
Zustimmung zum Weltklimarat <sup>a</sup>	4,44	5,00	4,49	$t(59) = 6,82,$ $p < ,000$
Gleichbehandlung der Skeptiker <sup>d</sup>	2,80	1,00	2,64	$t(57) = -8,67,$ $p < ,000$
Ausschluss der Skeptiker <sup>d</sup>	2,11	3,75	2,22	$t(58) = 2,47,$ $p = ,017$

*Anmerkung zu Tabelle 2:* <sup>a</sup> Mittelwertindex aus vier Items (Vorhandensein globaler Erwärmung, Mensch als Ursache, gravierende Probleme als Konsequenz, Emissionsreduktion als Lösung) mit Skalen von 1 (= gar nicht haltbar) bis 5 (= sehr gut abgesichert); <sup>b</sup> Skala von 1 (= Allrounder) bis 5 (= Spezialist); <sup>c</sup> Skala von 1 (= links) bis 7 (= rechts); <sup>d</sup> Skala von 1 (= stimme gar nicht zu) bis 5 (= stimme vollkommen zu).

Es handelt sich hier also um eine Extremgruppe innerhalb der Deutungsgemeinschaft der Klima-Autoren. Bei näherer Betrachtung offenbart sich zudem, dass die Blogger in der Stichprobe zu den links-liberalen Öko-Aktivisten in den USA gehören. Alle publizieren bei der *Huffington Post*, drei sind Vertreter von Klima-/Umwelt-NGOs, einer ist Buchautor und einer wird offiziell als „Environment and Energy Blogger“ gekennzeichnet.

Da die drei zusätzlichen Blogger in der Auswahlgesamtheit für die eher liberalen *LA Times*, *New York Times* und *Guardian* arbeiten, unterscheiden sie sich vermutlich nicht fundamental von ihren fünf Kollegen in der Stichprobe. Vollständig repräsentativ für die gesamte Klima-Blogosphäre sind die Blogger in Stichprobe und Auswahlgesamtheit damit zwar nicht, denn es gibt auch konservative, klimaskeptische Blogger. Diese erhalten jedoch offenbar kaum die Gelegenheit, sich in den professionellen Leitmedien, die untersucht wurden, zu äußern.

## 4.2 Weblogs als unwichtige Quelle

Es konnte nun zwar ein Eindruck davon gewonnen werden, welche Rolle die Blogger unter den Klima-Autoren einnehmen, doch wie ist es um die Bedeutung der Weblogs als Quelle bestellt? Es stellt sich heraus, dass sowohl Journalisten als auch Blogger in erster Linie wissenschaftliche Veröffentlichungen, Universitäten und Forschungseinrichtungen als Quellen heranziehen (Tabelle 3). Weblogs folgen insgesamt weit abgeschlagen an vorletzter Stelle der Rangliste. Für Blogger sind Weblogs zwar etwas wichtiger als für Journalisten, doch dieser Unterschied ist nicht signifikant.

Allerdings ist es bemerkenswert, dass für die Klima-Autoren insgesamt (von einem Ausreißer abgesehen) Weblogs als Quelle umso wichtiger werden, je stärker sie dem Weltklimarat zustimmen ( $r = ,31$ ,  $p = ,017$ ,  $N = 58$ ). Auch hier zeigt sich also, dass Weblogs dann Zugang zum breiteren Forum der Massen-

Michael Brüggemann und Sven Engesser

medien bekommen, wenn sie eine den Journalisten ähnliche Deutung des Themas Klimawandel verbreiten: Ihre Mitgliedschaft in der Deutungsgemeinschaft ermöglicht den Zugang zu klassischen Medien.

Zudem unterscheiden sich Journalisten und Blogger dahingehend signifikant, dass erstere größeren Wert auf Quellen aus Politik und Wirtschaft legen als letztere. Dies erscheint plausibel, da Journalisten gemeinhin ein besserer Zugang und geringere Distanz zu diesen Teilbereichen der Gesellschaft zugeschrieben wird als Bloggern.

*Tabelle 3: Quellen von Journalisten und Bloggern im Vergleich*

Quelle	Journalisten (N=59)	Blogger (N=5)	Gesamt (N=64)	T-Test
Wissenschaftliche Veröffentlichungen	4,52	4,80	4,54	$t(57) = 0,78,$ $p = ,441$
Universitäten und Forschungseinrichtungen	4,43	4,60	4,45	$t(56) = 0,45,$ $p = ,652$
Umweltorganisationen	3,48	4,00	3,53	$t(57) = 1,09,$ $p = ,282$
Think-tanks	3,40	3,00	3,36	$t(56) = -0,80,$ $p = ,427$
Berichterstattung der anderen Massenmedien	3,06	3,80	3,12	$t(56) = 1,41,$ $p = ,166$
Politiker und Parteien	2,80	1,40	2,68	$t(57) = -3,07,$ $p = ,003$
Weblogs	2,55	3,00	2,59	$t(56) = 0,86,$ $p = ,394$
Unternehmen und Wirtschaftsverbände	2,54	1,40	2,44	$t(57) = -2,44,$ $p = ,018$

*Anmerkung:* Skala von 1 (= gar nicht wichtig) bis 5 (= sehr wichtig)

## 5 Diskussion: Ende der Journalisten oder Ende der Blogger?

Die Untersuchung hat zwei zentrale Befunde erbracht: Erstens sind der etablierte Klimajournalismus und die Blogosphäre nur schwach miteinander vernetzt. Blogger kommen kaum als Autoren in führenden Nachrichtenangeboten zu Wort, und sie gehören auch nicht zu den wichtigsten Quellen der Klimajournalisten. Zweitens sind die Blogger in der Stichprobe hier Teil der Deutungsgemeinschaft zum anthropogenen Klimawandel. Innerhalb dieser Deutungsgemeinschaft bilden sie aber eine relativ extreme Gruppe, die sich durch volle Zustimmung zu allen Grundannahmen des Weltklimarats auszeichnet und hier also die Tendenzen der übrigen Journalisten nochmal übertrifft. Noch deutlicher ist aber der Unterschied zum Durchschnitt der übrigen Klimaautoren beim Umgang mit der Gruppe der Klimaskeptiker: Die Nicht-Blogger sind immer noch stark der Norm journalistischer Ausgeglichenheit (Balance) verpflichtet. Sie wollen Skeptiker zu Wort kommen lassen, obwohl sie deren Skepsis nicht teilen und als wissenschaftlich nicht fundiert einstufen.

Die Befunde sind in theoretischer Hinsicht interessant, denn sie belegen erstens, dass Annahmen über einen großen Einfluss von Blogs und Bloggern im und auf den Journalismus kritisch hinterfragt werden sollten und einer gründlichen empirischen Überprüfung bedürfen. Wenn schon im Spezialfall des Klimajournalismus Blogger kaum eine Rolle spielen, obwohl es hier eine fachlich hoch versierte und sehr aktive Blogosphäre gibt, dann ist es unwahrscheinlich, dass dies in anderen Bereichen der Fall ist, wo Journalisten weniger auf externe Expertise angewiesen sind als beim Thema Klimaforschung.

Zweitens finden Blogger und Weblogs dann eher einen Zugang zum etablierten Journalismus, wenn sie eine mit der journalistischen Deutungsgemeinschaft harmonisierende Perspektive auf ein Thema anbieten. Blogger dürfen dann möglicherweise starke Meinungen vertreten, die aber von Redaktionen und Journalisten geteilt werden.

Drittens zeichnen sich Blogger insbesondere im Hinblick auf klassische Normen des Journalismus wie die der Ausgewogenheit als distinkte Gruppe aus, die diese Normen nicht teilt und daher Klimaskeptikern kein Forum bieten will. Hier zeigen sich traditionelle Berufsnormen als Distinktionsmerkmal des Journalismus. Ein anderer Grund für die unterschiedlichen Einschätzungen zum Umgang mit Klimaskeptikern kann allerdings auch sein, dass zumindest einige Blogger im Gegensatz zu vielen Journalisten, die nicht auf Wissenschafts- oder Umweltberichterstattung spezialisiert sind, über die fachliche Expertise zum Thema Klimawandel verfügen, um einschätzen zu können, wie

Michael Brüggemann und Sven Engesser

weit die Behauptungen von vielen Klimaskeptikern vom Stand der internationalen Klimaforschung abweichen. Auch die fachlich hoch spezialisierten unter den Journalisten, die viele Artikel zum Klimawandel schreiben, tendieren eher dazu, die Klimaskeptiker zu ignorieren, statt ihnen ein Forum bieten zu wollen (Brüggemann/Engesser 2014).

Viertens zeigt die Studie auch, dass sich die Kategorien Blog und Blogger möglicherweise überlebt haben, weil sie eine zu große Vielfalt an empirischen Phänomenen umgreifen und damit nicht mehr zur Abgrenzung eines Gegenstands taugen: Klimakommunikatoren begreifen sich möglicherweise gar nicht mehr als Blogger, sondern als Wissenschaftler, Journalisten usw.. Journalisten sehen bestimmte Quellen (wie die Advocacy-Site *Think Progress*) nicht als Blogs, sondern als Website eines politischen Think Tanks. Die Kategorien Blog und Blogger haben also in der Praxis möglicherweise an Bedeutung verloren und auch analytisch lassen sich die aktuellen Webseiten professioneller Organisationen kaum mit privaten Tagebuchseiten einzelner Individuen in eine Kategorie pressen.

Die Befunde dieser Studie müssen vorsichtig interpretiert werden, da die Zahl der Blogger, die in dieser Befragung geantwortet haben, sehr klein ist, und hier daher eher eine extreme als eine unbedingt repräsentative Gruppe von Bloggern befragt wurde. Aber auch die Gesamt-Population der Klimablogger, die in journalistischen Outlets zu Wort kommen, ist klein, wie die Auswertung der Berufsprofile aller 170 Klima-Autoren ergeben hat. Dennoch erbringt die Studie relevante Befunde, die auch darauf hinweisen, dass sich keineswegs Journalismus als abgrenzbares Phänomen auflöst, sondern eher die Kategorien Blog und Blogger.

## Literatur

- Anderson, A. (2009): Media, politics, and climate change: Towards a new research agenda. In: *Sociology Compass*, 3(2), 166-182.
- Berkowitz, D./TerKeurst, J. V. (1999): Community as interpretive community: Rethinking the journalist-source relationship. In: *Journal of Communication*, 49(3), 125.
- Billett, S. (2010): Dividing climate change: Global warming in the Indian mass media. In: *Climatic Change*, 99, 1-16.
- Brüggemann, M./Engesser, S. (2014): Between consensus and denial: Climate journalists as interpretive community. In: *Science Communication*, 36(4), 399-427.
- Bruns, A./Jacobs, J. (2006): *Uses of blogs*. New York: Lang.

- Davis, R. (2012): Blogging and the future of news. In: Semtko, H. A./Scammell, M. (Hrsg.): The SAGE handbook of political communication. London: Sage, 49-62.
- Engesser, S. (2013a): Die Qualität des Partizipativen Journalismus im Web: Bausteine für ein integratives theoretisches Konzept und eine explanative empirische Analyse. Wiesbaden: Springer VS.
- Engesser, S. (2013b): Towards a classification of participatory news websites: Comparing heuristic and empirical types. In: Digital Journalism. doi: 10.1080/21670811.2013.841367.
- Esser, F./Wessler, H. (2002): Journalistinnen und Journalisten als Rollenträger: Redaktionelle Organisation und berufliches Selbstverständnis. In: Jarren, O./Wessler, H. (Hrsg.): Journalismus, Medien, Öffentlichkeit. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 65-240.
- Gandy, O. H. J. (1982): Beyond agenda setting: Information subsidies and public policy. Norwood, New Jersey: Ablex.
- Garden, M. (2012): Defining blog: A fool's errand or a necessary undertaking. In: Journalism, 13(4), 483-499.
- Grundmann, R./Scott, M. (2014): Disputed climate science in the media: Do countries matter? In: Public Understanding of Science, 23(2), 220-235.
- Hagen, L. (1992): Die opportunen Zeugen: Konstruktionsmechanismen von Bias in der Zeitungsberichterstattung über die Volkszählungsdiskussion. In: Publizistik, 37(4), 444-460.
- Hansen, A. (2011): Communication, media and environment: Towards reconnecting research on the production, content and social implications of environmental communication. In: International Communication Gazette, 73(1/2), 7-25.
- Kepplinger, H. M./Brosius, H.-B./Staab, J. F./Linke, G. (1989): Instrumentelle Aktualisierung: Grundlagen einer Theorie publizistischer Konflikte. In: Kaase, M./Schulz, W. (Hrsg.): Massenkommunikation: Theorien, Methoden, Befunde (Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft, 30). Opladen: Westdeutscher Verlag, 199-220.
- Kirilenko, A. P./Stepchenkova, S. O. (2014): Public microblogging on climate change: One year of Twitter worldwide. In: Global Environmental Change, 26, 171-182.
- Krauss, W. (2012): Ausweitung der Kampfzone: Die Klimablogosphäre. In: Forschungsjournal Soziale Bewegungen, 25(2), 83-89.
- Leiserowitz, A. (2007): Communicating the risks of global warming: American risk perceptions, affective images and interpretive communities. In: Moser, S. C./Dilling, L. (Hrsg.): Creating a climate for change: Communicating climate change and facilitating social change. Cambridge: Cambridge University Press, 44-63.
- Meier, K. (2007): Journalistik. Konstanz: UVK.
- Messner, M./Distaso, M. W. (2008): The Source Cycle. In: Journalism Studies, 9(3), 447.
- Mothes, C. (2014): Objektivität als professionelles Abgrenzungskriterium im Journalismus: Eine dissonanztheoretische Studie zum Informationsverhalten von Journalisten und Nicht-Journalisten. Baden-Baden: Nomos.

Michael Brüggemann und Sven Engesser

- Neuberger, C. (2009): Internet, Journalismus und Öffentlichkeit: Analyse des Medienumbruchs. In: Neuberger, C./Nuernbergk, C./Rischke, M. (Hrsg.): Journalismus im Internet: Profession - Partizipation - Technisierung. Wiesbaden: VS Verlag, 19-105.
- Neuberger, C./Nuernbergk, C./Rischke, M. (2009): Journalismus - neu vermessen: Die Grundgesamtheit journalistischer Internetangebote - Methode und Ergebnisse. In: Neuberger, C./Nuernbergk, C./Rischke, M. (Hrsg.): Journalismus im Internet: Profession - Partizipation - Technisierung. Wiesbaden: VS Verlag, 197-230.
- Nuernbergk, C. (2013): Anschlusskommunikation in der Netzwerköffentlichkeit. Ein inhalts- und netzwerkanalytischer Vergleich der Kommunikation im „Social Web“ zum G8-Gipfel von Heiligendamm. Baden-Baden: Nomos.
- Rühl, M. (1980): Journalismus und Gesellschaft: Bestandsaufnahme und Theorieentwurf. Mainz: v. Hase + Koehler.
- Russel, C. (2010): Covering controversial science: Improving reporting on science and public policy. In: Kennedy, D./Overholser, G. (Hrsg.): Science and the media. Cambridge, MA: American Academy of Arts & Sciences, 13-43.
- Schäfer, M. (2011): Taking stock: A meta-analysis of studies on the media's coverage of science. In: Public Understanding of Science, 21(6), 650-663.
- Schmidt, A./Ivanova, A./Schäfer, M. S. (2013): Media attention for climate change around the world: A comparative analysis of newspaper coverage in 27 countries. In: Global Environmental Change, 23(5), 1233-1248.
- Schmidt, J. (2007): Blogging Practices: An Analytical Framework. In: Journal of Computer-Mediated Communication, 12(4), 1409-1427.
- Singer, J. B. (2005): The political j-blogger: "Normalizing" a new media form to fit old norms and practices. In: Journalism, 6(2), 173-198.
- Thorsen, E. (2009): Blogging the climate change crisis from Antarctica. In: Allan, S./Thorsen, E. (Hrsg.): Citizen journalism: Global perspectives. New York: Lang, 107-117.
- Walejko, G./Ksiazek, T. (2010): Blogging from the Niches. In: Journalism Studies, 11(3), 412-427.
- Weischenberg, S. (2004): Journalistik: Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 1: Mediensysteme - Medienethik – Medieninstitutionen.. Wiesbaden: VS Verlag. (zuerst 1992)
- Wilson, K. M. (2000): Drought, debate, and uncertainty: measuring reporters' knowledge and ignorance about climate change. In: Public Understanding of Science, 9, 1-13.
- Zelizer, B. (1993): Journalists as interpretive communities. In: Critical Studies in Mass Communication, 10(3), 219-237.
- Zelizer, B. (2010): Journalists as interpretive communities revisited. In: Allan, S. (Hrsg.): The Routledge companion to journalism and the news. New York: Routledge, 181-190.



Skeptiker müssen draußen bleiben: Weblogs und Klimajournalismus

## **Link**

Brüggemann, M. (2014). A Farewell to Balance: How Journalism Shapes the Public Debate on Climate Change in the U.S <http://www.aicgs.org/publication/a-farewell-to-balance-how-journalism-shapes-the-public-debate-on-climate-change-in-the-u-s/> (3.2.2015).