text praxis

Digitales Journal für Philologie

Autor

Peer Trilcke (Göttingen)

Titel

Ideen zu einer Literatursoziologie des Internets. Mit einer Blogotop-Analyse

Erschienen in

Textpraxis. Digitales Journal für Philologie # 7 (2.2013) / www.textpraxis.net

URL

http://www.uni-muenster.de/textpraxis/peer-trilcke-literatursoziologie-des-internets

NBN

http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:hbz:6-83429579800

Die NBN dient der langfristigen Auffindbarkeit des Dokuments.

Empfohlene Zitierweise

Peer Trilcke: »Ideen zu einer Literatursoziologie des Internets. Mit einer Blogotop-Analyse«. In: *Textpraxis* 7 (2.2013). URL: http://www.uni-muenster.de/textpraxis/peer-trilcke-literatursoziologie-des-internets, NBN: http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:hbz:6-83429579800

Impressum

Textpraxis. Digitales Journal für Philologie
ISSN 2191-8236

Westfälische Wilhelms-Universität Münster
Graduate School *Practices of Literature*
Germanistisches Institut
Schlossplatz 34
48143 Münster

textpraxis@uni-muenster.de

Redaktion und Herausgabe: Seth Berk, Nikolas Buck, Dominic Büker, Nina Gawe, Gesche Gerdes, Japhet Johnstone, Innokentij Kreknin, Matthias Schaffrick, Martin Stobbe, Kerstin Wilhelms

Alle Inhalte aus *Textpraxis* sind im Sinne von Open Access frei zugänglich und dürfen unter Angabe der Quelle zitiert werden.

Peer Trilcke (Göttingen)

Ideen zu einer Literatursoziologie des Internets

Mit einer Blogotop-Analyse[1]

Am Anfang der noch laufenden Forschungen, von denen ich im Folgenden berichten werde, stand ein unbedacht ausgeführter *mouse click*. Er erfolgte im Bereich der Kundenrezensionen des Versandhändlers *Amazon*, erfolgte während einer diffus zielgerichteten Suche nach einem Buchgeschenk für eine Verwandte, erfolgte auf der Produktseite eines Buches, das ich nicht kannte, ja von dessen Genre ich zwar schon einmal gehört hatte (eine Rezensentin nannte es ›Urban Fantasy‹, eine andere sprach von ›Romantasy‹), das jedoch in meiner literarischen Welt wie auch in meinem sozialen Umfeld keine, aber auch gar keine Rolle spielte. Mein im Rezensionsbereich dieser Produktseite ausgeführter *click* brachte mich zum Profil einer *Amazon*-Rezensentin, die durchaus differenziert, mit bemerkenswert geschultem Gespür für die Mechanismen des Genres und mit sympathischer Emphase für die Literatur und das Lesen eine Empfehlung zu dem Buch verfasst hatte, das ich als Geschenk in Betracht zog. Dort, auf der Profilseite dieser Rezensentin, fand ich weitere Links, darunter einen, der offenbar zur ›privaten‹ Website der Rezensentin führte. Und ich klickte noch einmal, nun schon bedachter, traf auf einen (so die Selbstbezeichnung) ›Bücherblog‹, traf auf weitere, immer weitere Links – und fand mich unerwartet inmitten einer scheinbar grenzenlosen sozialen Sphäre der Kommunikation über Literatur, die mir bis dahin fremd war, von der ich weder aus meiner eigenen Erfahrung noch aus der Forschung wusste.

Es folgten in den nächsten Wochen, Monaten tausende weitere *clicks*, durch die sich mir ein Kommunikationsraum erschloss, den ich irgendwann in Anlehnung an die Begriffe ›Biosphäre‹ und ›Biotop‹ als ›Blogotop‹ – als kleinen, etwas unscharfen, aber doch unterscheidbaren Bereich innerhalb der großen Blogosphäre – zu bezeichnen und, zumindest teilweise, zu verstehen begann. Bald fing ich an, Forschung zu sichten, fing aber

1 | Erste Ideen zum hier in den Blick genommenen Themenkomplex durfte ich auf der Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft literarischer Gesellschaften (Göttingen, September 2012) vorstellen. Schon damals waren meine Überlegungen unter anderem inspiriert von jenen Diskussionen, an denen ich als ›Nachwuchswissenschaftler‹ im Antragsteam des Göttinger DFG-Graduiertenkollegs 1787 *Literatur und Literaturvermittlung im Zeitalter der Digitalisierung* teilnehmen konnte. Diesem Team, allen voran den Sprecherinnen Claudia Stockinger und Simone Winko, bin ich zu Dank verpflichtet. Ebenfalls danken darf ich Anna-Lena Markus, die mir bei Teilen der Datenerhebung behilflich war, sowie Cosima Mattner und Hannah Rieger für Hilfe bei der Endredaktion. – In manchem Punkt decken sich meine Überlegungen mit denen im Sammelband *Literatur und Digitalisierung,* herausgegeben von Christine Grond-Rigler und Wolfgang Straub (Berlin, Boston 2013), der während der Endphase der Arbeit an diesem Beitrag erschien. Wo möglich, habe ich noch Verweise auf die Beiträge dieses Bandes eingearbeitet. – Zu den Abbildungen im Rahmen dieses Beitrags siehe auch http://www.trilcke.de/lis/.

vor allem damit an, Daten zu sammeln und systematisch zu erfassen. An ein Ende gekommen ist diese ›Feldforschung‹ noch nicht, vermutlich noch lange nicht. Doch schon jetzt gibt es erste Ergebnisse, zahlreiche noch unsichere Beobachtungen und unzählige Fragen, die sich mir angesichts dieser für mich – und, wie meine ebenfalls noch andauernden Lektüren vermuten lassen, auch für einen Großteil der literatursoziologischen Forschung – bisher fremden Welt stellen; Beobachtungen und Fragen, über die es sich meines Erachtens nachzudenken lohnt. Denn sie legen nahe, dass es unserer wissenschaftlichen Reflexion über die literarische Öffentlichkeit unter den Bedingungen der digitalen Vernetzung – trotz einiger vielversprechender Ansätze – noch immer, erstens und grundsätzlich, an einer Vorstellung vom Gegenstandsbereich fehlt, dass wir, zweitens, noch keine differenzierte Perspektive (einschließlich entsprechender Begrifflichkeiten) für diesen Gegenstandsbereich entwickelt haben, wobei beides, drittens, ganz wesentlich auch daran liegt, dass es noch an empirischer Grundlagenarbeit mangelt.

Die folgenden Überlegungen und Darstellungen haben angesichts dieser Situation eine recht bescheidene Absicht: Sie wollen zur Diskussion anregen, indem sie – auch wenn im Duktus mitunter apodiktisch – Unfertiges, Unabgeschlossenes präsentieren, eben erste Ideen und vorläufige Beobachtungen, die der Präzisierung und nicht selten der Revision bedürfen. Ihr Ziel haben sie insofern schon dann erreicht, wenn sie vor Augen führen, dass es der weiteren empirischen Erkundung und begrifflich-systematischen Reflexion in jenem Feld bedarf, das man als ›Literatursoziologie des Internets‹ bezeichnen könnte.

1. Literatursoziologie des Internets. Vorschlag zur Einordnung

1.1. Literatursoziologie des Internets als Teil der literaturwissenschaftlichen Internet Studies

Eine derartige ›Literatursoziologie des Internets‹[2] würde dabei meines Erachtens nicht nur, was naheliegt, an bestehende Traditionen der Literatursoziologie anschließen. Sie würde auch, im Anschluss an die allgemeinen Internet Studies,[3] einen Beitrag zur weiteren Profilierung eines Forschungsfeldes leisten, das hier probehalber ›literaturwissenschaftliche Internet Studies‹ genannt sei.

---

2 | Zu einer solchen ›Literatursoziologie des Internets‹ liegen faktisch bereits zahlreiche Beiträge vor; ein Forschungszusammenhang hat sich bisher allerdings allenfalls punktuell ergeben. Neben den im Folgenden im Einzelnen nachgewiesenen Beiträgen sei hier summarisch hingewiesen auf: Constanze Drumm: »Netzliteraturen – Literaturnetze. Oder wie das Internet die Literatur verändert«. In: Ursula Esterl u. Jürgen Struger (Hg.): *Internet.* Innsbruck 2009, S. 33–42; Birte Huizing: »Das Buch und sein Leser im Web 2.0«. In: Heinz Ludwig Arnold u. Matthias Beilein (Hg.): *Literaturbetrieb in Deutschland. Neufassung.* München ^{3}2009, S. 322–332; Sektion *Literaturjournalismus bei Amazon & Co.* In: *literaturkritik.de* 1 (2010). http://www.literaturkritik.de/public/inhalt.php?ausgabe=201001 (zuletzt eingesehen am 09.10.2013); *Schwerpunkt: Verlage und Literaturkritik im Internet*. In: *literaturkritik.de* 12 (2010). www.literaturkritik.de/public/inhalt.php?ausgabe=201012 (zuletzt eingesehen am 09.10.2013); Gesine Boesken: *Literarisches Handeln im Internet. Schreib- und Leseräume auf Literaturplattformen.* Konstanz 2010 sowie Dies.: »Literaturplattformen«. In: Christine Grond-Rigler u. Wolfgang Straub (Hg.): *Literatur und Digitalisierung.* Berlin, Boston 2013, S. 21–42; Sigrid Meßner: *Literarisch vernetzt. Autorenforen im Internet als neue Form von literarischer Öffentlichkeit.* Dresden 2012.

3 | Vgl. dazu einführend und überblicksartig die beiden Handbücher: Robert Burnett, Mia Consalvo u. Charles Ess (Hg.): *The Handbook of Internet Studies.* Chichester/West Sussex 2011; William H. Dutton (Hg.): *The Oxford Handbook of Internet Studies.* Oxford u.a. 2013.

Die literaturwissenschaftlichen Internet Studies begreife ich als Teil der Digital Humanities, die sich – so mein Verständnis dieses Konglomerats aus Forschungsbemühungen (der Begriff ist ja durchaus umstritten, wenn nicht, auch angesichts orbitanter Fördergelder, umkämpft) – in mindestens zwei Strömungen differenzieren lassen. Zum einen befassen sich die Digital Humanities, in der Tradition des Humanities Computing,[4] mit der Erforschung und Aufbereitung von geisteswissenschaftlichen Gegenständen, Problemen und Fragestellung mit digitalen Mitteln. Zum anderen streben sie, eher in der Tradition der Medien- und Kulturwissenschaften,[5] die Erforschung von digitalisierungsbedingten Veränderungsprozessen im Gegenstandsbereich der Geisteswissenschaften an. Innerhalb des literaturwissenschaftlichen Zweigs der Digital Humanities befasst sich derzeit zum Beispiel ein erheblicher, der Humanities Computing-Richtung verpflichteter Teil der Forschung mit der Retrodigitalisierung, der digitalen Edition, dem Text Encoding oder auch dem Einsatz digitaler Verfahren zur automatisierten Analyse von Texten, mitunter im Sinne eines Distant Reading[6] als Methode einer allgemeinen Disziplin namens ›Culturomics‹.[7] Was ich literaturwissenschaftliche Internet Studies nenne, spielt in diesem Zweig der Digital Humanities bisher keine wesentliche Rolle.

Anders als die genannten, am Humanities Computing-orientierten Forschungsfelder der Digital Humanities setzen die literaturwissenschaftlichen Internet Studies nicht notwendig voraus, dass ihre Gegenstände mittels digitaler Methoden, Verfahren oder *tools* untersucht werden (auch wenn dies in vielen Fällen sinnvoll ist); es sind vielmehr ihre Gegenstände selbst, die von der Digitalisierung erfasst wurden, wobei es, enger gefasst, um Gegenstände geht, die nur deshalb so sind, wie sie sind, weil sie unter den Bedingungen der digitalen Vernetzung durch das Internet, insbesondere durch das World Wide Web, entstehen. Die digitale Vernetzung durch das Internet umfasst in diesem Zusammenhang drei Facetten: die Vernetzung von Computern als infrastrukturelle Voraussetzung, die Vernetzung von digitalen Objekten (Texten, Audio- und Videodateien) und

---

4 | Im deutschen Forschungsraum scheint mir diese Traditionslinie zu dominieren; vgl. z.B. die Wikipedia-Definition, an der u.a. Fotis Jannidis mitgewirkt hat: »Das Fach *Digital Humanities* (deutsch: »digitale Geisteswissenschaften«) umfasst die Anwendung von computergestützten Verfahren und die systematische Verwendung von digitalen Ressourcen in den Geistes- und Kulturwissenschaften« (Art. »Digital Humanities«. In: *Wikipedia. Die freie Enzyklopädie.* Bearbeitungsstand: 09.08.2013, 19.08 Uhr. http://de.wikipedia.org/wiki/Digital_Humanities (zuletzt eingesehen am 09.10.2013). Aber auch im angloamerikanischen Sprach- und Forschungsraum wird nicht selten die Humanities Computing-Tradition in den Vordergrund gestellt; vgl. dazu z.B. Susan Schreibman, Ray Siemens u. John Unsworth: »The Digital Humanities and Humanities Computing: An Introduction«. In: Dies. (Hg.): *A Companion to Digital Humanities.* Oxford 2004. http://www.digitalhumanities.org/companion (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

5 | Vgl. z.B. Alan Liu: »Imagining the New Media Encounter«. In: Susan Schreibman u. Ray Siemens (Hg.): *A Companion to Digital Literary Studies.* Oxford 2008. http://www.digitalhumanities.org/companionDLS (zuletzt eingesehen am 09.10.2013); vgl. auch die Beiträge in Matthew K. Gold (Hg.): *Debates in the Digital Humanities.* Minneapolis 2012. http://dhdebates.gc.cuny.edu/debates (zuletzt eingesehen am 09.10.2013) – dort, in der Sektion *Defining the Digital Humanities*, auch zahlreiche Versuche, den Begriff in den Griff zu bekommen; dort zudem Alan Lius Plädoyer für kulturwissenschaftliche Digital Humanities, Alan Liu: »Where is Cultural Criticism in the Digital Humanities?« In: Matthew K. Gold (Hg.): *Debates in the Digital Humanities.* Minneapolis 2012. http://dhdebates.gc.cuny.edu/debates/text/20 (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

6 | Vgl. dazu vor allem (allerdings bei Weitem nicht nur) die Arbeiten von Franco Moretti, so etwa Ders.: »Conjectures on World Literature«. In: *New Left Review* 1 (2000), S. 54–68, zum Distant Reading ebd., S. 56ff.

7 | Vgl. z.B. Jean-Baptiste Michel u.a.: »Quantitative Analysis of Culture Using Millions of Digitized Books«. In: *Science* 331 (2010), S. 176–182.

– unter soziologischen Gesichtspunkten besonders relevant – die Vernetzung von Menschen, von sozialen Akteuren.[8]

Als Gegenstand der literaturwissenschaftlichen Internet Studies kämen damit alle auch traditionell von der Literaturwissenschaft betrachteten Objekte und Praktiken der Produktion, Rezeption, Distribution und Vermittlung von Literatur in Frage, insofern sie von mindestens einer der drei Facetten der digitalen Vernetzung erfasst, beeinflusst oder berührt werden. Darüber hinaus ist nicht auszuschließen, dass die digitale Vernetzung neue Gegenstände hervorbringt oder zumindest Gegenstände auf eine bisher nicht dagewesene Weise sichtbar werden lässt.

1.2. Primäre und sekundäre literarische Kommunikation im Netz

Nimmt man dies als ersten Versuch zu einer Bestimmung des Gegenstandsbereichs der literaturwissenschaftlichen Internet Studies, dann haben sich diese zunächst vor allem als Hypertextforschung entwickelt, also dort, wo es um die interne und externe digitale Vernetzung von Texten geht, um die ›elektronische Literatur‹, die ›digitale Literatur‹ oder auch die ›Netzliteratur‹.[9] Zwar setzt bei Weitem nicht jeder literarische Hypertext die Infrastruktur des Internets voraus, faktisch jedoch waren und sind zahlreiche der literarischen Hypertexte, die analysiert und reflektiert wurden, webbasiert. Im Rahmen der literatur- und medienwissenschaftlichen Hypertextforschung spielten und spielen nun genuin literatursoziologische Fragen zum Beispiel nach der Rezeption oder Vermittlung von Literatur immer schon eine Rolle, doch stand in der Regel der digitale literarische Text im Mittelpunkt dieser auf das primäre literarische Kommunikat[10] fokussierten, mithin als ›textorientiert‹ zu klassifizierenden Forschungsbestrebungen. Deren Elan scheint in der jüngeren Zeit allerdings nachzulassen, und das wohl auch deshalb, weil der Gegenstand, die Netzliteratur, ein Nischendasein[11] fristet: »Gibt es heute eine Internetliteratur?«[12] fragt etwa Jörg Schuster im Vorwort zur April-Ausgabe (2013) der Online-Zeitschrift *literaturkritik.de* skeptisch. Und ein in eben dieser Ausgabe publiziertes Interview mit der deutschen Netzliteraturpionierin Susanne Berkenheger ist geradezu apodiktisch mit dem Slogan »Der Hypertext ist tot!«[13] überschrieben.

---

8 | So schon Christiane Heibach: *Literatur im elektronischen Raum.* Frankfurt/M. 2003, S. 32–60.

9 | Vgl. den soeben (Anm. 8) nachgewiesenen Band von Heibach; des Weiteren, exemplarisch für die deutsche Forschung, die Arbeiten von Roberto Simanowski (z.B. Ders.: *Interfictions. Vom Schreiben im Netz.* Frankfurt/M. 2002; Ders.: Peter Gendolla u. Jörgen Schäfer (Hg.): *Reading Moving Letters. Digital Literature in Research and Teaching. A Handbook.* Bielefeld 2010); sowie Harro Segeberg u. Simone Winko (Hg.): *Digitalität und Literalität. Zur Zukunft der Literatur.* München 2005 und die Online-Ausgabe des Bandes unter http://www1.uni-hamburg.de/DigiLit (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

10 | Auch Fragen der Autorschaft waren und sind (nicht zuletzt weil sich hier eine Spielwiese für poststrukturalistische Theoreme anzubieten schien/scheint) von besonderem Interesse; grundlegend dazu die wichtige Studie von Florian Hartling: *Der digitale Autor. Autorschaft im Zeitalter des Internets.* Bielefeld 2009.

11 | Simone Winko verortet die digitale Literatur treffend am »Rande des Literaturbetriebs«, vgl. Simone Winko: »Am Rande des Literaturbetriebs: Digitale Literatur im Internet«. In: Heinz Ludwig Arnold u. Matthias Beilein (Hg.): *Literaturbetrieb in Deutschland. Neufassung.* München ^{3}2009, S. 292–303.

12 | Jörg Schuster: »Gibt es heute eine Internetliteratur? Zum Schwerpunkt dieser Ausgabe«. In: *literaturkritik.de* 4 (2013). http://literaturkritik.de/public/rezension.php?rez_id=17755 (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

13 | Ann-Kathrin Lorenz: »Der Hypertext ist tot! Ein Interview mit der Internet-Literatin Susanne Berkenheger«. In: *literaturkritik.de* 4 (2013). http://literaturkritik.de/public/rezension.php?rez_id=17767 (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Nun hat die Literaturwissenschaft in den zurückliegenden Dekaden ausreichend ›Tode‹ und ›Auferstehungen‹ miterlebt, um gut daran zu tun, sich gegenüber solchen Urteilen dezent distanziert zu verhalten. Zugleich aber wird es vermutlich kaum vehemente Einsprüche herausfordern, wenn man konstatiert, dass Forschungsbedarf für die literaturwissenschaftlichen Digital Humanities – sieht man von den zahlreichen Humanities Computing-Projekten ab – in den nächsten Jahren weniger im Bereich der Netzliteratur besteht, sondern dass vielmehr Phänomene wie das Ebook und zunehmend das enhanced Ebook der eingehenden Auseinandersetzung bedürfen.[14] Ob diese Phänomene allerdings in das spezielle Forschungsfeld der literaturwissenschaftlichen Internet Studies fallen oder nicht eher anderen Feldern der allgemeinen Digital Humanities zuzuordnen sind (zum Beispiel der Buch- oder Mediengeschichte beziehungsweise, im Fall des enhanced Ebooks, womöglich sogar den Games Studies), wäre durchaus zu diskutieren. Denn auch wenn die Distribution von Ebooks nahezu ausschließlich über das Netz erfolgt, handelt es sich bei ihnen doch zunächst schlicht um digitale Objekte in der Tradition des Buches: digitale Objekte, die prinzipiell auch unabhängig vom Netz funktionieren, wobei ihr ›Funktionieren‹ sich entsprechend ohne Berücksichtigung der digitalisierten Vernetzung analysieren lässt.

Dies gilt gleichwohl nur unter Vorbehalt: So führen zum Beispiel die Wörterbuchfunktionen, die in einigen Ebook-Readern wie *Amazons Kindle* implementiert sind, und mehr noch die Option, zu ausgewählten Textstellen Webrecherchen (*Google*- oder *Wikipedia*-Suchanfragen) durchzuführen, faktisch zu einer Hypertextualisierung des Ebooks selbst dann, wenn der ›Text‹ des Ebooks ursprünglich nicht in Form eines Hypertexts vorliegt. Und die Integration von Social Reading- und Social Cataloging-Komponenten in die Software von Ebook-Readern, etwa die derzeit in die Kindle-Software standardmäßig eingebundene Möglichkeit, »Buch-Extras« von der Plattform *Shelfari* aufzurufen, öffnen die Rezeption von Ebooks hin zum Raum digital vernetzter Kommunikation.

Das Social Reading oder das auf Literatur bezogene Social Cataloging sind dabei nur einzelne, mehr oder minder aktuelle Phänomene eines weiterhin wachsenden Gegenstandsbereichs, der zumindest auf begrifflicher Ebene und zu heuristischen Zwecken zu differenzieren ist vom Gegenstandsbereich der frühen, vor allem (hyper-)textorientierten literaturwissenschaftlichen Internet Studies. Ging es bei deren Forschungsaktivitäten in erster Linie um die phänomenologische Beschreibung, begriffliche Bestimmung und typologische Differenzierung von literarischen Hypertexten und deren Poetiken, stand also das *primäre* literarische Kommunikat, der Text, im Vordergrund, so kommt nun der gesamte Bereich der netzbasierten *sekundären* literarischen Kommunikation (beziehungsweise Anschlusskommunikation)[15] hinzu, kurz gesagt: die sozialen Kontexte der literarischen Kommunikation. In den Blick gerät damit ein mittlerweile ebenso differenzierter wie formen- und sphärenreicher Phänomenkomplex: Er erstreckt sich, um nur einige Formen und Sphären zu nennen, von der professionalisierten Literaturkritik auf den Onlineportalen der klassischen Printmedien, der Autorenwebsite[16] oder den Onlinemarketing-Aktivitäten der Verlage über genuine eMagazine, Foren, Blogs und Microblogs oder Portale wie *Amazon, Lovelybooks, Goodreads, Youtube* et cetera bis hin zu

14 | Dazu siehe z.B. Christine Grond-Rigler: »Der literarische Text als Buch und E-Book«. In: Dies. u. Wolfgang Straub (Hg.): *Literatur und Digitalisierung.* Berlin, Boston 2013, S. 7–20.

15 | So Boesken: »Literaturplattformen« (Anm. 2), S. 21ff.

16 | Dazu siehe auch das am Innsbrucker Zeitungsarchiv (IZA) angesiedelte Projekt *Autorenhomepages. Ein Projekt zur Erfassung, Analyse und Langzeitarchivierung,* http://autorenhomepages.at/ (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

den unzähligen sekundären literarischen Kommunikationshandlungen auf Social Cataloging- und Social Networking-Plattformen.

All diese Phänomene sekundärer literarischer Kommunikation unter den Bedingungen des Internets fallen in den Zuständigkeitsbereich der literaturwissenschaftlichen Internet Studies, die nicht ausschließlich, aber doch in signifikantem Umfang eine ›Literatursoziologie des Internets‹, vor allem des World Wide Web, entwickeln könnten. Auf diese Weise könnten sie nicht zuletzt die Möglichkeit schaffen, endlich gesicherte Aussagen über (je nachdem, welche Rahmentheorie man bevorzugt) das literarische Leben, das Literatursystem oder das literarische Feld der Gegenwart zu tätigen. Denn, wenn wir ehrlich sind: Basieren nicht noch immer zahlreiche Aussagen, die sich auf die gegenwärtige Literatur als soziales Phänomen beziehen, auf Annahmen und Modellen, die aus der prädigitalen, von den großen ›bürgerlichen‹ Printorganen dominierten Zeit stammen?

In meinen Augen fehlt dabei bisher eine differenzierte Erarbeitung der vielfältigen Formen, Sphären und Mechanismen der sekundären literarischen Kommunikation im Netz, von einer allgemeinen Übersicht auf diese Vielfalt oder gar einer grundlegenden Einsicht in übergreifende Strukturlogiken ganz zu schweigen. Gut tun würde einer solchen Erarbeitung meines Erachtens zweierlei: erstens die Anknüpfung an die allgemeinen Internet Studies und deren häufig empirische Forschung, eine Anknüpfung, die selbst in den avancierten deutschsprachigen Beiträgen zur ›Literatursoziologie des Internets‹ weitgehend ausgeblieben ist. Zweitens bedarf es der konsequenten, systematischen und vorurteilslosen Beobachtung der sekundären literarischen Kommunikation ›dort draußen‹ im Netz, wobei ich – im Gegensatz zu Stephan Porombka, der unter dem Schlagwort ›Erfahrungshunger‹ ebenfalls für eine möglichst vorurteilsfreie Beobachtung des Netzes plädiert hat[17] – unter Beobachten vor allem *wissenschaftliches* Beobachten verstehe, und das heißt für mich zunächst: empirische Forschung.

Es ist diese Idee der Fundierung einer Literatursoziologie des Internets durch die Empirie, die mich *click* um *click* Daten sammeln ließ, um jene mir zunächst so fremde Welt der Bücherblogs zu erkunden, auf die ich durch meinen unbedachten *click* bei *Amazon* gestoßen war. Bevor ich allerdings im dritten Abschnitt dieses Essays auf die gewonnenen Daten und deren erste Auswertungen eingehe, möchte ich im nächsten Abschnitt den Versuch machen, eine typologische Vorstrukturierung des Gegenstandsbereichs einer Literatursoziologie des Internets vorzuschlagen.

2. Zum Gegenstandsbereich der Literatursoziologie des Internets

Dass sich das Internet nicht als *ein* Medium begreifen lässt, scheint mittlerweile konsensfähig, stellt das Netz doch diverse mediale Kanäle, Sender-Empfänger-Konstellationen und soziale Interaktionsmöglichkeiten bereit. Für die Literatursoziologie des Internets bedeutet dies auch, dass *pauschale* Aussagen zur sekundären literarischen Kommunikation im Netz kaum möglich sein werden oder zumindest die kleinschrittige Analyse der diversen medialen Konstellationen voraussetzen, in denen eine solche Kommunikation erfolgt. Zu diesem Zweck bedarf es allerdings zunächst der Identifikation und, daran anschließend, der eingehenden Analyse jeder einzelnen dieser soziomedialen Umwelten, für die je eigene Formen der Vernetzung charakteristisch sind.

17 | Vgl. Stephan Porombka: »Weg von der Substanz. Hin zu den Substanzen. Literaturkritik 2.off.« In: Matthias Beilein, Claudia Stockinger u. Simone Winko (Hg.): *Kanon, Wertung und Vermittlung. Literatur in der Wissensgesellschaft*. Berlin, Boston 2012, S. 293–303, v.a. S. 294ff.

Was ich im Folgenden unternehmen möchte, ist eine Art Streifzug durch die Vielfalt dieser soziomedialen Umwelten; gewissermaßen beiläufig möchte ich im Zuge dessen auch über einen möglichen Vorschlag zu einer Differenzierung nachdenken. Dabei geht es mir nicht um die Formen, in denen sich die sekundären literarischen Kommunikationshandlungen jeweils realisieren, etwa darum, ob es sich primär um Literaturkritiken, Empfehlungen, Kommentare, Lesetagebücher, Links und so weiter handelt. Was mich auf der ersten, ordnenden Ebene interessiert, sind vielmehr die sozialen Einbettungen der Rede über Literatur, die sich im Netz finden lassen.

Eine Option, um solchen Einbettungen auf die Spur zu kommen, ist die Analyse konkreter Plattformen oder Portale, wie Stephan Porombka sie in einem vor allem mit Blick auf *Facebook* argumentierenden Beitrag versucht hat.[18] Ein solches Vorgehen steht allerdings vor dem Problem, dass bereits einzelne Plattformen oder Portale sehr unterschiedliche Möglichkeiten der Kommunikation anbieten können. Das ist zwar kein grundsätzliches Argument gegen ein solches Vorgehen; es verweist jedoch darauf, dass auch hier bereits Sensibilität für die feinen Unterschiede angebracht ist.

Was damit gemeint ist, möchte ich verdeutlichen, indem ich zunächst zu Differenzierungszwecken von einer weithin etablierten Typologie kommunikativer Konstellationen im Netz ausgehe, um dann – in Form eines wiederholt auf *Facebook* zurückkommenden Streifzugs – anhand dieser Typen eine Auswahl soziomedialer Umwelten im Netz kurz zu kommentieren. Die Typologie ist, in einer hier ausreichenden einfachen Form, dreiwertig und wird gebildet anhand der Anzahl der in die Kommunikation involvierten Akteure:[19] Auf diese Weise lassen sich die *one-to-one*-Kommunikation (interpersonale Medien), die *one-to-many*-Kommunikation (Massenmedien) und die *many-to-many*-Kommunikation (soziale Medien) unterscheiden. *Facebook* etwa lässt alle drei Kommunikationsoptionen zu: die *many-to-many*-Kommunikation, vor allem in den aus ›befreundeten‹ privaten Profilseiten bestehenden sozialen Netzwerken; die *one-to-one*-Kommunikation, im Chat oder per persönlicher Nachricht; und die *one-to-many*-Kommunikation, die auf den häufig massenmedial agierenden, per ›Gefällt mir‹ abonnierten Unternehmensseiten zu beobachten ist.

2.1. Typen der sekundären literarischen Kommunikation im Netz

Sekundäre literarische Kommunikation kann sich selbstverständlich aller drei Typen bedienen, wobei sich für die literaturwissenschaftlichen Internet Studies nicht nur (dazu später mehr), aber insbesondere bei der *one-to-one*-Kommunikation Probleme hinsichtlich der Beobachtbarkeit ergeben, da diese jedenfalls prinzipiell keine Kommunikation ›unter den Augen Dritter‹ ist.[20] Trotz der weitgehenden Unbeobachtbarkeit der *one-to-*

18 | Ebd., S. 296ff.

19 | Früh in die Diskussion eingebracht wurde die Typologie von Merrill Morris u. Christine Ogan: »The Internet as Mass Medium«. In: *Journal of Communication* 46.1 (1996), S. 39–50, insbes. S. 42ff.; dort wird die dreiwertige, anhand der Anzahl der involvierten Akteure gebildete Typologie zum einen ergänzt um weitere Differenzierungen (*one-to-few* oder *many-to-one*), zum anderen durch die – hier unberücksichtigte – Unterscheidung in synchron und in diachron operierende Kommunikationsmedien; kritisch zu Morris und Ogan, insbesondere was die These vom Internet als Massenmedium angeht, äußert sich zum Beispiel Klaus Beck: *Computervermittelte Kommunikation im Internet*. München 2006, S. 21ff.

20 | Zu dieser Formel und den ihr korrespondierenden Netzmechanismen vgl. Michael Franz u. Eleonore Kalisch: »Unter den Augen Dritter. Akteur- und Zuschauerkonstellationen im Web 2.0«. In: *Weimarer Beiträge* 56.1 (2010), S. 97–124.

one-Kommunikation gibt es allerdings auch hier literatursoziologischen Reflexionsbedarf: So lassen sich zum Beispiel bestimmte Praktiken der personalisierten Werbung (Personal Targeting), wie sie *Amazon* mittels Werbe-Emails, durch die Personalisierung der *Amazon*-Website oder durch Einbindung von Werbung in externe Websites betreibt, als algorithmenbasierte Form der *one-to-one*-Kommunikation begreifen (ökonomischer Akteur – personalisierter Kunde),[21] deren Mechanismen, Formen und Wirkungsweisen auch im Rahmen der Literaturwissenschaft zu untersuchen wären.[22]

Wesentlich größere Untersuchungsfelder bilden jedoch die dem *one-to-many*- und dem *many-to-many*-Modell verpflichteten Kommunikationsweisen. Dem erstgenannten Modell zuzuordnen sind, beschränkt man sich auf die sekundäre literarische Kommunikation, – neben den meisten Verlagsauftritten oder zahlreichen, wenig interaktiv angelegten Autorenwebpräsenzen – die Rezensionen auf den Websites der großen (und natürlich auch der kleinen) Printmedien, die zumeist dem aus dem Print bekannten massenmedialen Kommunikationsmodell folgen. Zu dieser lediglich geringfügigen Differenz der ›professionell-redaktionellen‹ Onlinerezension zur ›professionell-redaktionellen‹ Printrezension trägt auch bei, dass die Bedeutung der über die Kommentarfunktion auf Portalen wie FAZ.NET prinzipiell implementierten ›Rückkanalfähigkeit‹[23] gerade bei literaturjournalistischen Beiträgen, soweit ich das sehe, nahezu verschwindend gering ist: Wann stößt man bei einer online publizierten FAZ-Literaturkritik schon mal auf einen Kommentar?[24] Aber nicht nur die Onlineauftritte der Printfeuilletons, auch viele Blogs, die als redaktionell geführte eMagazine konzipiert sind,[25] funktionieren nach dem massenmedialen Modell, mit nicht selten ähnlich geringer dialogischer Interaktivität im Rahmen des Kommentarbereichs.[26] Und selbst wenn bei solchen primär massenmedial operierenden

21 | Klassisch dazu Don Peppers u. Martha Rogers: *The One to One Future. Building Relationships One Customer at a Time*. New York 1993.

22 | Überlegungen zu *Amazon* aus literaturwissenschaftlicher Sicht finden sich bei Thomas Wegmann: »Warentest und Selbstmanagement. Literaturkritik im Web 2.0 als Teil nachbürgerlicher Wissens- und Beurteilungskulturen«. In: Matthias Beilein, Claudia Stockinger u. Simone Winko (Hg.): *Kanon, Wertung und Vermittlung. Literatur in der Wissensgesellschaft*. Berlin, Boston 2012, S. 279–291, u.a. S. 282 u. 285f.

23 | Dazu, in historisierender Perspektive, Carlos Spoerhase: »Ausweitung der kritischen Kampfzone. Was die Geschichte der aufklärerischen Rezensionskultur die aktuelle Reflexion über Literaturkritik lehren könnte«. In: *Zeitschrift für Germanistik* N.F. 19.1 (2009), S. 171–178; kritisch zu Spoerhases Historisierung Wegmann: »Warentest und Selbstmanagement« (Anm. 22), S. 279f. Zu Kommentaren in Online-Zeitungen siehe auch den Abschnitt *Interaktivität als Schlüsselmerkmal* bei Thomas Schröder u. Andreas Wiesinger: »Online-Zeitungen im Wandel. Überlegungen zur Neudefinition eines nicht mehr neuen Mediums«. In: Renate Giacomuzzi, Stefan Neuhaus u. Christiane Zintzen (Hg.): *Digitale Literaturvermittlung. Praxis – Forschung – Archivierung*. Innsbruck u.a. 2010, S. 205–221, hier S. 208ff.

24 | Bei einer Stichprobe, durchgeführt am 13. Juli 2013, fand ich unter den letzten zehn Rezensionen (Kategorie ›Belletristik‹) auf FAZ.NET keinen einzigen Kommentar (»Lesermeinung«); man vgl. dies mit den Kommentaraktivitäten etwa bei politischen Artikeln, bei denen das Kommentaraufkommen schon mal im dreistelligen Bereich liegen kann.

25 | Zu eMagazinen beziehungsweise den themenspezifischen Literaturmagazinen im Internet vgl. grundlegend Renate Giacomuzzi: *Deutschsprachige Literaturmagazine im Internet. Ein Handbuch*. Innsbruck u.a. 2012.

26 | Vgl. etwa die Kommentare im *TITELblog* (http://www.titelblog.de; es handelt sich hierbei um die derzeitige Webpräsenz für aktuelle Beiträge des Titel-Magazins, http://titelmagazin.com/): Bei einer Stichprobe, durchgeführt am 13. Juli 2013, entfielen auf die ersten zehn Blogposts beziehungsweise Artikel insgesamt 0 Kommentare. Das eMagazin *Glanz & Elend* (http://www.glanzundelend.de) verzichtet gleich ganz auf einen Kommentarbereich; und selbst bei dem bei Gründung in der Kommentarsektion stark dialogischen eMagazin *litaffin* (http://www.litaffin.de) entfallen auf die letzten

Netzauftritten einmal eine intensivere Kommentaraktivität zu beobachten ist, führt dies in der Regel nicht dazu, dass die sekundäre literarische Kommunikation selbst dialogisch beziehungsweise interaktiv wird, sich der veröffentlichte Text (die Feuilletonrezension, der eMagazinbeitrag et cetera) etwa im Austausch mit den Kommentaren wandelt. Es entsteht dann vielmehr um das sekundäre literarische Kommunikat herum ein Raum tertiärer literarischer Kommunikation, in dem – dann oft nach dem *many-to-many*-Modell – Wertungshandlungen wiederum bewertet, Wertungskriterien verhandelt oder auch Schreibkompetenzen des sekundär Kommunizierenden beurteilt werden.

Einen demgegenüber komplizierteren Fall (wobei all die hier verkürzt angeführten Fälle faktisch komplizierter sind und der empirischen Erforschung und der dichten Beschreibung bedürfen) stellen die *Amazon*-Kundenrezensionen dar.[27] Diese lassen sich einerseits ebenfalls nach dem *one-to-many*-Modell interpretieren, insofern *Amazon* aus ökonomischem Interesse dem einzelnen Rezensenten eine Plattform bereitstellt, um seine Rezension massenmedial zu verbreiten: Die ›Prominenz‹ einiger Top-Rezensenten zeigt, dass wir es hier tatsächlich tendenziell mit massenmedialen Akteuren zu tun haben. Andererseits ist die qualitativ argumentierende Einzelrezension nur Teil eines quantitativ angelegten – durch die fünfwertige Sternvergabe und das dichotome, durch die »War diese Rezension für Sie hilfreich?«-Frage implementierte Metabewertungsverfahren organisierten – Rankingsystems, das erfolgreich nur dann ist, wenn sich *viele* an ihm beteiligen.[28]

Aber noch eine andere Facette macht die *Amazon*-Kundenrezensionen zu einem interessanten, der weiteren Reflexion bedürfenden Fall. Die Facette zeigt sich, wenn man Thomas Wegmanns Hinweis bedenkt, demzufolge es »gerade die Kontexte und Milieus […] [sind], die die alte und die neue Literaturkritik ausmachen und voneinander unterscheiden«.[29] Schaut man sich nun an, wie »Kontexte und Milieus« durch das *Amazon*-Portal präsentiert und organisiert werden, dann zeigt sich, dass auf *Amazon* strukturell die permanente Gefahr besteht, dass es zu einem Kollaps von Kontexten beziehungsweise zu einem *clash* von sozialen Milieus kommt.[30] Denn anders als zum Beispiel FAZ.NET zielt *Amazon* grund-

---

zehn Beiträge insgesamt nur 13 Kommentare, davon auf acht Beiträge gar keine, auf einen 4, auf einen 9 (Stichprobe ebenfalls vom 13. Juli 2013). Auch bei dem von mir mitbegründeten eMagazin *Litlog* (http://www.litlog.de) mussten wir die Erfahrung machen, dass die Orientierung am Print offenbar – zumindest im Feuilletonsegment – dazu führt, dass die Kommentaraktivität der Besucher äußerst gering ausfällt.

27 | Zu diesen Kundenrezensionen liegen mittlerweile einige empirische Studien vor, die nicht zuletzt auf Mechanismen der kollektiven Qualitätssicherung hinweisen; siehe u.a. Jahna Otterbacher: »Being Heard in Review Communities: Communication Tactics and Review Prominence«. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 16 (2011), S. 424–444; Lotte M. Willemsen u.a.: »›Highly Recommended!‹ The Content Characteristics and Perceived Usefulness of Online Consumer Reviews«. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 17 (2011), S. 19–38; Robert M. Schindler u. Barbara Bickart: »Perceived Helpfulness of Online Consumer Reviews. The Role of Message, Content and Style«. In: *Journal of Consumer Behaviour* 11.3 (2012), S. 234–243.

28 | Zur Quantifizierung von lieraturbezogenen Wertungshandlungen im Netz vgl. auch Wegmann: »Warentest und Selbstmanagement« (Anm. 22), S. 284ff.; zudem Thomas Ernst: »Wer hat Angst vor Goethes PageRank? Bewertungsprozesse von Literatur und Aufmerksamkeitsökonomien im Internet«. In: Matthias Beilein, Claudia Stockinger u. Simone Winko (Hg.): *Kanon, Wertung und Vermittlung. Literatur in der Wissensgesellschaft.* Berlin, Boston 2012, S. 305–319, hier S. 310ff.; zu *Amazon* als Kombination von *one-to-many*- und *many-to-many*-Kommunikation vgl. Klaus Oestreicher: *Strategische Kommunikation und Stakeholdermanagement. Struktur, Implemtierung, Erfolgsfaktoren.* Erlangen 2010, S. 290f.

29 | Wegmann: »Warentest und Selbstmanagement« (Anm. 22), S. 286.

30 | Vgl. danah boyd: »Social Network Sites as Networked Publics. Affordances, Dynamics, and Implications«. In: Zizi Papacharissi (Hg.): *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social*

sätzlich auf einen sozial in keiner Weise spezifizierten Adressatenkreis; im besten Fall soll jeder seine Produkte über den Versandhändler beziehen. Durch die Personalisierung der Website – und also auch die Anpassung an (per Nutzerdatenauswertung erfasste) Vorliebe, Geschmackspräferenzen und andere habituelle Dispositionen – wird diese soziale Entdifferenzierung von *Amazon* zwar teilweise aufgefangen. Auf den Produktseiten kann es aber immer wieder zum Aufeinandertreffen von Akteuren (Rezensenten, Konsumenten/Lesern) aus sozialen Milieus kommen, die ansonsten kaum miteinander verkehren.[31] Insofern natürlich auch Produkte sozial mehr oder weniger spezifiziert sind – sich zum Beispiel ein, sagen wir, Oberstudienrat, der seine ästhetischen Vorlieben anhand von Goethe und Schiller, von Mann und Grass gebildet hat, kaum auf die Seite eines Vampirromans verlieren wird –, werden solche Milieu-*clashs* zwar nicht die Regel sein. Aber sie sind auf *Amazon* immer nur ein oder zwei (falsche) *clicks* entfernt.

Durch die Architektur der Plattform und die daraus resultierende soziale Kontextlosigkeit der einzelnen Rezensionen, die unterschiedslos im Gewand des *Amazon*-Designs erscheinen, wird dabei das Gegenteil dessen suggeriert, was für die sekundäre literarische Kommunikation im Netz weithin charakteristisch ist, nämlich die Tatsache, dass es unzählige, durch je spezifische Regeln, Konventionen und Logiken organisierte, sozial differenzierte Teilöffentlichkeiten gibt,[32] die einander zumeist gar nicht wahrnehmen. Aufgrund des auf den ersten Blick massenmedialen Charakters von *Amazon* wirkt es allerdings so, als gehöre dies alles zu *einer* großen literarischen Öffentlichkeit. Faktisch jedoch moderiert *Amazon* zahlreiche literarische Teilöffentlichkeiten, zahlreiche differenzierte Räume der *one-to-many*- und der *many-to-many*-Kommunikation.

2.2. Networked Publics, Online Communities

Die *many-to-many*-Kommunikation gilt als charakteristisch insbesondere für soziale Medien.[33] Diese bilden die technologische Grundlage für die Etablierung vernetzter Kommunikationsräume, in denen jedenfalls prinzipiell die Möglichkeit besteht, dass jeder Akteur sowohl als Empfänger als auch als Sender agiert. Die stets auch von performativen Aspekten der sozialen Selbstinszenierung (Identitätsmanagement) begleiteten Kommuni-

Network Sites. New York, London 2011, S. 39–58, die als eine der zentralen Dynamiken von »networked publics« anführt: »Collapsed context: The lack of spatial, social, and temporal boundaries makes it difficult to maintain distinct social contexts« (ebd., S. 49).

31 | Vgl. auch das Beispiel bei Wegmann: »Warentest und Selbstmanagement« (Anm. 22), S. 282.

32 | Dazu, mit Blick auf die Wertung und Kanonisierung von Literatur, auch Ernst: »Wer hat Angst vor Goethes PageRank« (Anm. 28), v.a. S. 305ff.; anregende Überlegung zum ubiquitären Fragmentierungs-Topos bei Lincoln Dahlberg: »Rethinking the Fragmentation of the Cyperpublic. From Consensus to Contestation«. In: *New Media & Society* 9.5 (2007), S. 827–847.

33 | Soziale Medien lassen sich mit Andreas M. Kaplan u. Michael Haenlein: »Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media«. In: *Business Horizons* 53 (2010), S. 59–68 folgendermaßen definieren: »Social Media is a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content« (ebd., S. 61). »Web 2.0« meint dabei ein Verständnis des World Wide Web als Plattform, auf der »content and applications are no longer created and published by individuals, but instead are continuously modified by all users in a participatory and collaborative fashion« (ebd.); vgl. dazu auch Mario Anastasiadis u. Caja Thimm (Hg.): *Social Media: Theorie und Praxis digitaler Sozialität*. Frankfurt/M. 2011, sowie Michael Mandiberg (Hg.): *The Social Media Reader*. New York 2012, darin auch der mittlerweile ›klassische‹ Beitrag von Tim O'Reilly: »What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Modells for the Next Generation of Software«. Veröffentlicht am 30.09.2005. http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

kationsakte innerhalb dieser soziomedialen Umwelten können dabei das konstituieren, was danah boyd als *networked publics* bezeichnet hat:

> *Networked publics* are publics that are restructured by networked technologies. As such, they are simultaneously (1) the space constructed through networked technologies and (2) the imagined collective that emerges as a result of the intersection of people, technology, and practice. Networked publics serve many of the same functions as other types of publics – they allow people to gather for social, cultural, and civic purposes and they help people connect with a world beyond their close friends and family. While networked publics share much in common with other types of publics, the ways in which technology structures them introduces distinct affordances that shape how people engage with these environments. The properties of bits – as distinct from atoms – introduce new possibilities for interaction. As a result, new dynamics emerge that shape participation.[34]

Wie vielfältig die kommunikativen und sozialen Umwelten sind, die mit diesen *networked publics* (im Plural) emergieren, und wie dynamisch die gerade auch von ökonomischen Akteuren betriebene Entwicklung von neuen Technologien zur Gestaltung solcher Umwelten ist, zeigt sich nicht nur an der noch immer anhaltenden Diskussion darüber, ob Begriffe wie *publics* oder auch (*virtual* oder *online*) *communities* die Eigenarten der sozial vernetzten *many-to-many*-Kommunikation im Internet überhaupt adäquat beschreiben.[35] Vielzahl und Dynamik der Umwelten werden vielmehr auch daran deutlich, dass in der Forschung zahlreiche Angebote kursieren, wie sich solche *publics* beziehungsweise *communities* definieren, charakterisieren und typologisch differenzieren lassen könnten.

So hat, um ein recht frühes Beispiel anzuführen, Constance Elise Porter auf Grundlage einer Sichtung der damals, 2004, vorliegenden Forschung ein Zwei-Ebenenmodell zur Charakterisierung von *virtual communities* vorgeschlagen.[36] Auf der ersten Ebene wird nach diesem Modell unterschieden zwischen: A) *member-initiated communities* und *organization-sponsored communities*; zudem werden *virtual communities* nach ihrer B) *general relationship orientation* differenziert (*social relationships*, *professional relationships*; *relationships between individual members*, *relationships between individual members and the sponsoring organziation*).

Auf der zweiten Ebenen kommen dann fünf Kategorien (die von Porter so genannten »Five Ps of Virtual Communities«) zur Anwendung, die eine möglichst detaillierte typologische Differenzierung von *virtual communities* ermöglichen sollen:

---

34 | boyd: »Social Network Sites as Networked Publics« (Anm. 30), S. 39.

35 | Eine frühe Referenz für die Rede von *virtual communities* ist Howard Rheingold: *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier.* London 1993; zur aktuellen Begriffsdiskussion vgl. z.B. Malcom R. Parks: »Social Network Sites as Virtual Communities«. In: Zizi Papacharissi (Hg.): *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites.* New York, London 2011, S. 105–123. Siehe auch Jenny Preece u. Diane Maloney-Krichmar: »Online Communities: Design, Theory, and Practice«. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 10.4 (2005). http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue4/preece.html (zuletzt eingesehen am 09.10.2013). Mit Bezug auf Amy Bruckman plädieren Preece und Maloney-Krichmar dafür, »to accept community as a concept with fuzzy boundaries« (ebd.). Ich werde dem in diesem Essay folgen und den *community*-Begriff relativ unspezifisch für mehr oder weniger umfangreiche Gruppen von Akteuren verwenden, die auf irgendeine Art vernetzt sind. – Zu einer Kritik des westlich geprägten *community*-Konzepts siehe Elaine J. Yuan: »A Culturalist Critique of ›Online Community‹ in New Media Studies«. In: *New Media & Society*. Sektion *OnlineFirst.* Veröffentlicht am 26.11.2012. doi:10.1177/1461444812462847.

36 | Constance Elise Porter: »A Typology of Virtual Communities: A Multi-Disciplinary Foundation of Future Research«. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 10.1 (2004). http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue1/porter.html (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

1. *purpose (content of interaction)*;
2. *place (extent of technology mediation of interaction)*, mit den beiden Möglichkeiten: *hybrid* (Interaktion sowohl im physischen als auch im virtuellen Raum) und *virtual*;
3. *platform (design of interaction)*, mit drei Möglichkeiten: *synchron*, *asynchron*, *hybrid*;
4. *population interaction structure (pattern of interaction)*, mit drei Möglichkeiten: *small group*, *network*, *publics*;
5. *profit model (return on interaction)*, mit den beiden Möglichkeiten: *revenue-generating* und *non-revenue-generating*.

Ein 2010 von Michael Franz und Eleonore Kalisch zur Diskussion gestelltes Beschreibungsmodell, das hier als zweites Beispiel fungieren soll, umfasst demgegenüber neun Kategorien:

I. Größe;
II. Kommunikationsdichte;
III. Stärke der Bindungen;
IV. Formen der persönlichen Identität;
V. Schließungs- und Öffnungstendenzen;
VI. Art der Zusammensetzung;
VII. Art der Verhaltensregulation;
VIII. nonprofit-orientierte oder kommerzielle Motivationsstrukturen;
IX. selbst-gesetzte Ziele, Aufgaben, Gegenstände.[37]

Zwischen den Kategoriensets von Porter und von Franz/Kalisch gibt es zwar einige Überschneidungen (so z.B. 1 = IX, 5 = VIII; mit Abstrichen auch 4 = I + II + III); insgesamt divergieren beide Sets jedoch erheblich, was unter anderem auf den dominierenden Fokus (stärker technologisch orientiert bei Porter, stärker soziologisch orientiert bei Franz/Kalisch) und zudem auf die unterschiedlichen Entstehungszeiten der Typologien zurückzuführen ist (2004, als Porters Artikel publiziert wurde, war *Facebook* noch weitgehend auf die Universitäten der Ivy League beschränkt). Und es gibt noch weitere Kategorien für die Typologisierung: Genannt sei hier nur die Unterscheidung zwischen *common-bond communities* und *common-identity communities*, also zwischen *communities* »that are defined by the interpersonal relations among members and support their members to connect with each other« (*common-bond*) auf der einen Seite und *communities* »that are defined by a common topic or interest and support their members in performing a common task or attaining a common goal« (*common-identity*) auf der anderen Seite.[38]

Die damit nur angedeutete Kategorienvielfalt kann auch als Symptom der Differenziertheit und Dynamik des Gegenstandsbereichs verstanden werden. Dieser (derzeitigen) epistemischen ›Unsicherheit‹ des Gegenstands müssen auch die literaturwissenschaftlichen Internet Studies Rechnung tragen, was zunächst und vor allem bedeutet, sich mit der Vorläufigkeit und der begrenzten Reichweite von Aussagen zufrieden zu geben.[39]

---

37 | Franz u. Kalisch: »Unter den Augen Dritter« (Anm. 20), S. 111.

38 | Eva Schwämmlein u. Katrin Wodzicki: »What to Tell About Me? Self-Presentation in Online Communities«. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 17 (2012), S. 387–407, hier S. 388ff.; Schwämmlein und Wodzicki beziehen sich mit der Unterscheidung auf Deborah A. Prentice, Dale T. Miller u. Jenifer R. Lightdale: »Asymmetries in Attachments to Groups and to Their Members: Distinguishing Between Common-identity and Common-bond Groups«. In: *Personality and Social Psychological Bulletin* 20.5 (1994), S. 484–493.

39 | Dies im Sinne von Porombka: »Weg von der Substanz« (Anm. 17), S. 298, der darauf hinweist, es gebe im Netz »nicht *die eine* Art und Weise, mit Literatur und Literaturkritik umzugehen, sondern lediglich netzwerkspezifische Formen«.

Wie heterogen das in diesem Zusammenhang zu erschließende Feld ist, sei hier exemplarisch skizziert, um dann in die detaillierte Betrachtung eines kleinen Bereiches, der Blogs, einzusteigen. Als Leitfaden der exemplarischen Phänomenexploration kann dabei eine weitere Typologie beziehungsweise Untertypologie dienen, die Franz und Kalisch ausgehend von den »Gegenständen, die jeweils im Mittelpunkt der Aktivitäten [einer *online community*, pt] stehen«,[40] gebildet haben, wobei es im Grunde weniger um die Gegenstände, sondern vielmehr um die Praktiken geht, die dort ausgeübt werden. Vier Typen benennen Franz und Kalisch in diesem Zusammenhang:

a. *communities* der Textherstellung und Wissensakkumulation;
b. *communities* des Social Networking;
c. *communities* des Social Sharing;
d. *communities* der personalisierten sozialen Selbstverständigung.[41]

Fokussiert man entsprechend der hier verfolgten Fragestellung die sekundäre literarische Kommunikation, so würde unter Typ a) zum Beispiel ein Portal wie *Wikipedia* in den Blick geraten, auf dem sich unter anderem (in den zahlreichen Relevanzdebatten) Kanonisierungsprozesse oder aber (in den Diskussionsbereichen zu einzelnen Artikeln) Aushandlungsprozesse (popularisierten) kulturellen Wissens über Literatur beobachten lassen.

Andere Plattformen integrieren demgegenüber mehrere der oben genannten Typen. So ist *Facebook*, um erneut dieses Beispiel zu wählen, zum einen eine Plattform für Social Networking-Aktivitäten. Als primär *common-bond*-orientierte *community* dient *Facebook* dabei vor allem der ›Pflege‹ realweltlich bereits bestehender Kontakte.[42] Allerdings können sich in *Facebook* – man denke an die (wahlweise geschlossenen oder offenen) *Facebook*-Gruppen – auch *common-identity communities* formieren und organisieren: Sekundäre literarische Kommunikation ist hier unter anderem in Fan-Gruppen zu finden. Ähnlich funktionieren die unzähligen, teils Mitglieder-initiierten, teils von Organisationen betriebenen Fan-Foren und andere Arten von Social Websites (etwa die *common-identity*-basierten kleineren Social Network Sites auf Basis der *Ning*-Plattform, die sich zum Beispiel bestimmten Genres widmen). Innerhalb von virtuellen Fan-*communities* finden sich auch jene merkwürdigen Mischformen aus sekundärer und primärer literarischer Kommunikation, wie sie für Fan-Fiction oder für Fan-Rollenspiele charakteristisch sind.[43]

Wie *Twitter* oder Social Bookmarking-Dienste wie *Delicious* fungiert *Facebook* aber zum anderen auch als eine Plattform für Social Sharing-Aktivitäten.[44] Durch diese werden, wenn der Sharing-Akt nicht mit einer Kommentierung verbunden ist, zunächst keine neuen Inhalte produziert, sondern es wird – durch Praktiken des *secondary gatekeepings*

---

40 | Franz u. Kalisch: »Unter den Augen Dritter« (Anm. 20), S. 111.

41 | Vgl. ebd.

42 | Siehe dazu z.B. Sue Hessey u. Kathleen Richardson: »Archiving the Self? Facebook as Biography of Social and Relational Memory«. In: *Journal of Information, Communication & Ethics in Society* 7.1 (2009), S. 25–38.

43 | Siehe dazu z.B. Karen Hellekson: *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet.* Jefferson/NC 2006.

44 | Erhellende Ausführungen zum Aufstieg der Sharing-Metapher bei Nicholas A. John: »Sharing and Web 2.0: The Emergence of a Keyword«. In: *New Media & Society* 15.2 (2013), S. 167–182; siehe auch die empirische Studie von Raquel Benbunan-Fich u. Marios Koufaris: »Public Contributions to Private-collective Systems: The Case of Social Bookmarking«. In: *Internet Research* 23.2 (2013), S. 183–203.

– *user-generated visibility* erzeugt.[45] Wo der geteilte Inhalt plattform- und konfigurationsbedingt nur eine definierte soziale Gruppe erreicht, zum Beispiel die *Facebook*-›Freunde‹ des Akteurs, da tragen Social Sharing-Akte zudem zu einer sozialen Filterung des Netzes durch persönliche Netzwerke bei: Die Links auf externe Inhalte, die mir meine *Facebook*-Startseite präsentiert, wurden ausgewählt durch eine spezifische soziale Bezugsgruppe, eben mein ›Freunde‹-Netzwerk, und stellen damit gewissermaßen eine gruppendynamisch erzeugte Perspektive auf das Internet dar – eine Perspektive, die zudem noch einmal durch die Filter von *Facebook*, allen voran den EdgeRank, justiert wird.[46]

Sowohl Social Networking als auch Social Sharing stellen auf *Facebook* schließlich Praktiken der ›personalisierten sozialen Selbstverständigung‹ (Franz/Kalisch) dar, ist doch jede Networking- und Sharing-Handlung an das Profil des Akteurs gekoppelt, das durch diese Handlungen um relationale Daten (Beziehungen zu anderen Akteuren, ›Beziehungen‹ zu Netzinhalten) angereichert und damit ständig weiter ›profiliert‹ wird. Zugleich erfolgt jede Handlung, insofern der Akteur über eine rudimentäre Medienkompetenz verfügt, in Hinblick auf die diffuse Teilöffentlichkeit des jeweils persönlichen sozialen Netzwerks, das durch die Kontakte gegeben ist. Die Art und Weise, wie in einem *Facebook*-basierten Netzwerk kommuniziert wird, sowie die Inhalte, die dort produziert und distribuiert werden, sind so stets bedingt durch das Wechselspiel aus habitusbedingter Profilierung und sozialer Einbettung. Für die sekundäre literarische Kommunikation auf *Facebook* bedeutet das auch: Wie sie erfolgt und ob sie überhaupt erfolgt, lässt sich nur in Hinblick auf jeweils konkrete soziale Netzwerke beantworten. Wenn etwa Porombka konstatiert, das Teilen von »Links zu Artikeln, die auf anderen Seiten, vor allem aktuell auf Zeitungsseiten, im Netz erscheinen«, sei auf *Facebook* »beliebt«,[47] dann ist dies eine Aussage, die mehr über seinen eigenen Habitus und die soziale Lagerung seiner Freundes-Kontakte verrät als über *Facebook* im Allgemeinen: Ich bin mir sicher, dass es ›da draußen‹ im *Facebook* zahllose soziale Netzwerke gibt, in denen Links zu den Onlineausgaben von Zeitungen überhaupt keine Rolle spielen, geschweige denn »beliebt« sind – und das selbst dann, wenn in diesen sozialen Netzwerken durchaus auch über Literatur kommuniziert wird, nur eben über eine Literatur, die »auf Zeitungsseiten« nicht vorkommt, wie etwa ein Großteil der besonders Fandom-affinen Genreliteratur, vom Krimi vielleicht einmal abgesehen.

---

45 | Jane B. Singer: »User-generated Visibility: Secondary Gatekeeping in a Shared Media Space«. In: *New Media & Society.* Sektion *OnlineFirst.* Veröffentlicht am 15. März 2013. doi:10.1177/1461444813477833.

46 | Zum EdgeRank aus diskurs- bzw. machtanalytischer Perspektive siehe Taina Bucher: »Want to Be on the Top? Algorithmic Power and the Threat of Invisibility on Facebook«. In: *New Media & Society* 14.7 (2012), S. 1164–1180; vgl. dazu auch die seit Kurzem online stehende Dissertation von Bucher: Dies.: *Programmed Sociality: A Software Studies Perspective on Social Networking Sites.* Elektronische Dissertation. Oslo 2012. http://de.scribd.com/doc/148539178/Bucher-Ph-D-diss (zuletzt eingesehen am 09.10.2013). – Der EdgeRank entscheidet darüber, was mir aus meinem Freundes-Netzwerk angezeigt wird, indem er aufgrund bestimmter Kriterien vermeintlich ›passende‹ Inhalte selegiert. Falsch ist also Stephan Porombkas Feststellung, dass auf der Startseite »[j]*eder* Eintrag, *jeder* Kommentar zu einem Eintrag […] mit nur wenigen Sekunden Zeitverzögerung angezeigt [wird], sodass man sich ›live‹ über das informieren kann, was die anderen senden – die selbst wiederum auf ihren Startseiten über das informiert werden, was *alle* Freunde aus ihrem Freundeskreis posten. Auf der Startseite wird damit *all* das, was im Netzwerk passiert, zusammengefasst« (Porombka: »Weg von der Substanz« [Anm. 17], S. 297; Hervorh. pt).

47 | Porombka: »Weg von der Substanz« (Anm. 17), S. 296.

2.3. Blogs als soziale Medien

An dieser Stelle sei der Streifzug abgebrochen, denn es bietet sich an, auf eine große Chance hinzuweisen, die eine ›Literatursoziologie des Internets‹ birgt, aber auch die vielleicht größte Falle zu benennen, in die man bei der literatursoziologischen Analyse der sekundären literarischen Kommunikation im Web 2.0 allzu schnell tappt. Nehmen wir uns als erstes die Falle vor: Auf zahlreiche Netzphänomene, die der Analyse bedürfen, haben wir zunächst nur eine durch unseren Habitus, durch unsere Surf- und Netzwerkgewohnheiten konstitutiv begrenzte Perspektive. Gerade bei akademisch ausgebildeten und damit meist (selbst wenn nicht jeder von uns das offensiv vertreten würde) hochkulturell orientierten Literaturwissenschaftlern kann dies dazu führen, dass weite Bereiche der sekundären literarischen Kommunikation im Netz – aufgrund der Personalisierung und der damit einhergehenden technischen Justierung der Netzperspektive – überhaupt nicht in den Blick geraten.[48]

Damit aber verspielt die Literaturwissenschaft eine große Chance. Denn was einstmals fast ausschließlich im Verborgenen vor sich ging, all die weitgehend private Kommunikation über Literatur, das tritt nun – in der Zeit der *networked publics* und dem für diese charakteristischen »blurring of public and private«[49] – in erheblichem Umfang ans Licht, wird beobachtbar, wird analysierbar. Der Literaturwissenschaft eröffnet sich damit die Möglichkeit zu einer abermaligen Ausweitung des Gegenstandsbereichs. Auf noch nie dagewesene Weise können wir heute beobachten, wie unterschiedlichste soziale Gruppen mit Literatur umgehen, über sie kommunizieren und dabei eigene, nicht selten auch eigenartige Formen des literarischen Lebens ausbilden.

Facebook und andere Plattformen für die Organisation von *common-bond communities* sind in diesem Zusammenhang allerdings nur bedingt von Interesse,[50] sorgt doch die soziale Personalisierung der in *Facebook* organisierten Netzwerke dafür, dass ein Einblick in wirklich andere ›Milieus‹ nur sehr eingeschränkt möglich ist. Vielversprechender ist vor diesem Hintergrund hingegen die Analyse von *common identity*-basierter *many-to-many*-Kommunikation über Literatur. Ein Auftrag für die Literatursoziologie des Internets könnte entsprechend lauten: Betrachtet Social Networking Sites wie LovelyBooks, betreibt Feldforschung in den zahlreichen Foren, auf den zahlreichen themenbasierten Sozialen Websites – und geht hinaus in die Blogosphäre, in diesen ausufernden und hoch differenzierten Raum der vernetzten, halb privaten, zugleich aber meist öffentlich ›gesendeten‹, für jeden zugänglich erfolgenden Kommunikation, auch über Literatur.

Ich nun war, nach meinem unbedachten *click* auf *Amazon*, weniger hinausgegangen in die Blogosphäre, vielmehr zufällig in sie hineingeraten. Und ich war wohl auch deshalb ebenso überrascht wie fasziniert von dem, was ich dort vorfand, weil ich bis dahin

---

48 | Nun ist diese Perspektivenverengung kein Problem, das sich erst mit dem World Wide Web stellt: Ein großer Teil der sekundären literarischen Kommunikation, der Diskussion, der Sinnzuschreibung, der Bewertung von Literatur spielt in der Literaturwissenschaft seit jeher keine Rolle, wenn sie nicht gerade einen konsequent empirisch konzeptualisierten rezeptionsgeschichtlichen Zugang verfolgt (vgl. die Konzeptualisierung eines solchen Zugangs bei Katja Mellmann u. Marcus Willand: »Historische Rezeptionsanalyse. Zur Empirisierung von Textbedeutungen«. In: Philip Ajouri, Katja Mellmann u. Christoph Rauen (Hg.): *Empirie in der Literaturwissenschaft.* Münster 2013, S. 263–281). Doch selbst dort, wo ein solcher Zugang gewählt wird, bleiben unzählige sekundäre literarische Kommunikationshandlungen unverfügbar, einfach weil sie nicht öffentlich und damit nicht beobachtbar sind.

49 | boyd: »Social Network Sites as Networked Publics« (Anm. 30), S. 49.

50 | Was nicht bedeutet, dass es hier nicht zahlreiche interessante Phänomene zu beobachten gibt, so etwa Praktiken der Autorinszenierung auf den (zumeist öffentlichen) Facebookseiten von Autoren.

ein naives, ja ein falsches Verständnis von Blogs hatte. Denn faktisch hatte ich Blogs nicht wirklich als soziale Medien, als *social tools* begriffen,[51] sondern als eine im Prinzip ähnlich wie die Massenmedien operierende, nur eben niedrigschwellige und meist geringere Rezipientenkreise erreichende Publikationstechnik. Nun sind Blogs sicher auch das. Zudem ist – insofern Blogs gemeinhin lediglich als »frequently updated websites where content (text, pictures, sound files, etc.) is posted on a regular basis and displayed in reverse chronological order« definiert werden[52] – auch hier Vorsicht geboten was vorschnelle Verallgemeinerungen angeht: Wie mittels eines Blogs im Netz agiert wird, in welche sozialen Umwelten es eingebettet ist und welchem Kommunikationstyp es primär verpflichtet ist, hängt von den Betreibern des Blogs ab. So gibt es zahlreiche Blogs, die massenmedial agieren und bei denen die sozial-vernetzte Einbettung wenn überhaupt, nur eine beiläufige Rolle spielt. Entsprechend ist die gewissermaßen ›einzeltextorientierte‹ Betrachtung und Analyse von Blogs mitunter durchaus sinnvoll. Mehrere Studien aus der deutschsprachigen Literaturwissenschaft, die Blogs ins Zentrum stellen oder doch zumindest auf sie eingehen, sind auf diese Weise zu überzeugenden Ergebnissen gekommen. Gegenstand der Analyse sind dabei zumeist Schriftstellerblogs (auch Autorenblogs genannt), die zum Beispiel hinsichtlich der Strategien der Autorinszenierung untersucht werden,[53] oder aber literarische Blogs (auch Litblogs[54]) als Publikationsformat der Netzliteratur. In beiden Fällen operiert das Blog häufig tatsächlich nicht als *social tool*.

Anders sieht es jedoch dort aus, wo wir es mit Bücherblogs (auch Buchblogs) zu tun haben, also mit privaten, meist von einem oder sehr wenigen Akteuren betriebenen Blogs, in denen es primär um die Vorstellung und Bewertung von literarischen Texten sowie – im Sinne des *personal blogging* – um das Berichten über eigene Lektüreerfahrungen, -fortschritte oder -pläne geht. Diese Blogs ohne eine Berücksichtigung ihrer sozialen Vernetzung zu betrachten,[55] wie es etwa Simone Schwalm[56] oder, auf geradezu unredliche Weise,

---

51 | So – im Titel einer Studie über *MySpace* – James R. Baker u. Susan M. Moore: »Blogging as a Social Tool: A Psychosocial Examination of the Effects of Blogging«. In: *CyberPsychology & Behavior* 11.6 (2008), S. 747–749.

52 | Jan-Hinrik Schmidt: »Blogging Practices. An Analytical Framework«. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (2007), S. 1409–1427, hier S. 1409; vgl. zum Blogging auch grundsätzlich Ders.: *Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie.* Konstanz 2006 sowie Jill Walker Rettberg: *Blogging.* Cambridge/MA 2008. Der Schwierigkeit, Blogs zu definieren, widmet sich Mary Garden: »Defining Blog: A Fool's Errand or a Necessary Undertaking«. In: *Journalism* 13.4 (2012), S. 483–499.

53 | Siehe z.B. Christoph Jürgensen: »Ins Netz gegangen – Inszenierungen von Autorschaft im Internet am Beispiel von Rainald Goetz und Alban Nikolai Herbst«. In: Ders. u. Gerhard Kaiser (Hg.): *Schriftstellerische Inszenierungspraktiken – Typologie und Geschichte.* Heidelberg 2011, S. 405–422; Kerstin Paulsen: »Von Amazon bis Weblog. Inszenierung von Autoren und Autorschaft im Internet«. In: Christine Künzel u. Jörg Schönert (Hg.): *Autorinszenierungen. Autorschaft und literarisches Werk im Kontext der Medien.* Würzburg 2007, S. 257–269; vgl. im weiteren Sinne auch Luigi Ghezzi: »Homepages von Schriftstellern. Zur Konstruktion einer literarischen Identität im Netz«. In: Erhard Schütz u. Thomas Wegmann (Hg.): *literatur.com. Tendenzen im Literaturmarketing.* Berlin 2002, S. 24–41; vgl. insgesamt das Innsbrucker Projekt *Autorenhomepages* (Anm. 16).

54 | Vgl. für den deutschsprachigen Raum u.a das Korpus und die Reflexionen auf *litblogs.net* (http://www.litblogs.net).

55 | »Blogs are both publication and communication tools«, heißt es pointiert bei Dominique Cardon u.a.: »Self Expression as a Relational Technique. Four Types of Personal Blog Networks«. *Hal-00131612.* Version 1-17. http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/13/16/12/PDF/blog-typo.pdf (zuletzt eingesehen am 09.10.2013), S. 1.

56 | Simone Schwalm: »Geschmackssache. Selbstprofilierung im Internet durch Literaturkritik«. In: *literaturkritik.de* 12 (2010). http://www.literaturkritik.de/public/rezension.php?rez_id=15100 (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Oliver Bendel getan haben,[57] halte ich heute, angesichts all dessen, was ich ›dort draußen‹ gesehen habe, für zumindest fahrlässig. Dass diese Fahrlässigkeit nahegelegt wird durch die Idee, das Blog stehe in der Tradition des Tagebuchs (also eines prinzipiell ›asozialen Mediums‹ der *one-to-nobody*-Kommunikation),[58] mag sie erklären, entschuldigt sie aber nicht. Schaut man nämlich, was gleich geschehen soll, etwas genauer und etwas länger hin, dann zeigt sich, dass zahlreiche Blogs, und eben auch zahlreiche Bücherblogs, weder in den leeren Raum des Null-Publikums noch in den unbestimmten Raum des Massenpublikums hinein geschrieben werden. Sie adressieren vielmehr relativ genau spezifizierte Gruppen, mit denen sie im kommunikativen Austausch, das heißt in sozialer Interaktion, stehen und deren Gruppenidentität, einschließlich meist impliziter Normen, Konventionen und weltanschaulicher Prämissen, die Kommunikation mit organisiert.[59]

Angesichts dessen scheint es angebracht, bei der Analyse der sekundären literarischen Kommunikation im Netz und insbesondere in der Blogosphäre wesentlich stärker, als dies bisher geschehen ist, auch die soziale Einbettung zu berücksichtigen, in der und vor deren Hintergrund diese Kommunikation erfolgt. Denn – das legen Studien nahe – erst wenn diese sozialen Umwelten, diese Kontexte und Milieus, einbezogen werden, ist eine adäquate Einordnung der Inhalte möglich.[60] Damit einher geht, dass wir bei der Analyse dieser sekundären literarischen Kommunikation das Prinzip der Verlinkung nicht nur, wie es häufig immer noch geschieht, vor allem als eine Verknüp-

57 | Oliver Bendel: »User-generated Nonsense. Literaturbesprechungen von Laien im Web 2.0«. In: *Telepolis,* 10.05.2009. http://www.heise.de/tp/artikel/30/30206/1.html (zuletzt eingesehen am 09.10.2013). In seiner Polemik, die hier im Detail nicht diskutiert werden muss, begreift Bendel Blogs offenbar nur als Publikationsmedium, bar jedes sozialen Kontextes. Deutlich wird dies bereits zu Beginn seines Artikels, wo es heißt: »Wenn Marcel Reich-Ranicki oder Joachim Kaiser und ein literarischer Laie ein Buch besprechen und dessen Titel oder den Namen des Autors erwähnen, werden die Beiträge von der Suchmaschine unter- und damit nebeneinander gelistet.« Dass auch Suchmaschinen mitunter dazu beitragen, dass es zu einem *clash* der Milieus kommt, schützt einen Forscher wie Bendel nicht davor, Webauftritten mit jener Sensibilität für sozial differenzierte Adressatenkreise zu begegnen, die man von jedem einigermaßen medienkompetenten Internetuser erwartet. Mit Blick auf BücherbloggerInnen einfach von »Verschmutzer[n] des Internets« zu sprechen, wie Bendel es tut, ist angesichts dessen schlicht ungehörig beziehungsweise zeugt von mangelndem Differenzierungsvermögen.

58 | Vgl. zu dieser Traditionszuschreibung schon im Titel: Helmut Gold u.a. (Hg.): *@bsolut privat? Vom Tagebuch zum Weblog.* Heidelberg 2008; vgl. dagegen Schmidt: »Blogging Practices« (Anm. 52), S. 1410: »While the journal blog may evoke images of the solitary diary, it […] also facilitates interaction with other bloggers and readers, thus allowing for the emergence and sustaining of communities of shared interests and subcultural identification.«

59 | Schiano u.a. sind entsprechend im Rahmen einer Studie zu dem Ergebnis gekommen, dass Blog-User »were aware of their intended audience and expected feedback from their audience through multpile communication channels«, so die Zusammenfassung der Studie im lesenswerten Aufsatz von Michael A. Stefanone u. Chyng-Yang Jang: »Writing for Friends and Family: The Interpersonal Nature of Blogs«. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (2007), S. 123–140, hier S. 125; vgl. Diane J. Schiano u.a.: »Blogging by the Rest of US«. In: *CHI EA '04. Extendes Abstracts on Human Factors in Computing Systems.* New York 2004, S. 1143–1146; vgl. auch Bonnie A. Nardi, Diane J. Schiano u. Michelle Gumbrecht: »Blogging as Social Activity, or, Would You Let 900 Million People Read Your Diary«. In: *CSCW '04: Proceedings of the 2004 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work*. New York 2004, S. 222–231; vgl. des Weiteren Carolyn R. Miller u. Dawn Shepherd: »Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog«. http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action_a_genre_analysis_of_the_weblog.html (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

60 | Stefanone u. Jang: »Writing for Friends and Family« (Anm. 59) beenden ihren Forschungsüberblick mit der Feststellung, die bisherigen Ergebnisse lägen »congruency between content and intended audience« nahe (ebd., S. 126) – ihre eigenen Ergebnisse stützen diese Hypothese.

fung von digitalen Objekten verstehen. Vielmehr stellt das Setzen eines Links auch einen sozialen Akt dar, eine Handlung, die soziale Beziehungen generieren und dokumentieren kann.[61] Die Konsequenz einer solchen Deutung wäre, dass wir auch Blogs beziehungsweise Bloggerinnen[62] als Akteure innerhalb sozialer Netzwerke begreifen und so auch hier das Wechselspiel von habitusbedingter Profilierung und sozialer Einbettung in den Blick nehmen.

Was zumindest für mich in dieser Deutlichkeit neu war, nämlich eben diese »relational dimension of weblogging practices«,[63] ist vermutlich für nicht wenige eine Selbstverständlichkeit. Jedenfalls gehört die Analyse der sozialen Vernetzung von Blogs sowie die darauf aufbauende Identifizierung und Charakterisierung von Gruppen oder *communities* zum Standardrepertoire der allgemeinen Internet Studies.[64] Und tatsächlich kann eine solche Analyse, ja kann bereits die Datenerhebung und Datenaufbereitung dazu beitragen, sowohl einen Überblick zu gewinnen über das, was ›dort draußen‹ passiert, als auch weitergehende Fragen zu entwickeln nach der Weise, wie jenseits unserer hochkulturellen Feuilletons Literatur gelebt wird.

---

61 | Dies auch im Sinne der neueren Link Studies, vgl. den Forschungsüberblick von Juliette De Maeyer: »Towards a Hyperlinked Society: A Critical Review of Link Studies«. In: *New Media & Society.* Sektion *OnlineFirst.* Veröffentlicht am 05.12.2012. doi:10.1177/1461444812462851 und dort etwa die Hinweise auf Richard Rogers: »Mapping Public Web Space With the IssueCrawler«. In: Bernard Reber u. Claire Brossard (Hg.): *Digital Cognitive Technologies: Epistemology and the Knowledge Economy.* London, Hoboken/NJ 2010, S. 115–126, hier S. 117: »Making a link to another site, not making a link, or removing a link, may be viewed as acts of association, non-association or disassociation, respectively«; sowie auf Chien-leng Hsu u. Han Woo Park: »Sociology of Hyperlink Networks of Web 1.0, Web 2.0, and Twitter: A Case Study of South Korea«. In: *Social Science Computer Review* 29.3 (2011), S. 354–368, hier S. 364: »a hyperlink is not only a link but has certain sociological meanings«.

62 | Ich wähle hier und im Folgenden die feminine Form, da – zumindest was die von mir untersuchten Blogs angeht – weibliche Bloggerinnen in einem Ausmaß in der Mehrzahl sind, dass sich die maskuline Form nicht rechtfertigen lässt.

63 | Cardon u.a.: »Self Expression as a Relational Technique« (Anm. 55), S. 1.

64 | Vgl. neben ebd. u.a. die Studien: Susan C. Herring u.a.: »Conversations in the Blogosphere: An Analysis ›From the Bottom Up‹«. In: *HICSS '05. Proceedings of the 38th Annual Hawaii International Conference on System Sciences,* 03.–06.01.2005. doi:10.1109/HICSS.2005.167; Michael Chau u. Jennifer Xu: »Mining Communities and Their Relationships in Blogs: A Study of Hate Groups«. In: *International Journal of Human-Computer Studies* 65 (2007), S. 57–70; Han Woo Park u. Nicholas W. Jankowski: »A Hyperlink Network Analysis of Citizen Blogs in South Korean Politics«. In: *Javnost – The Public* 15.2 (2008), S. 57-74; Katie Stansberry: »Mapping Mommy Bloggers: Using Online Social Network Analysis to Study Publics«. In: *PRism* 8.2 (2011). http://www.prismjournal.org/fileadmin/8_2/Stansberry.pdf (zuletzt eingesehen am 09.10.2013); Karen Wade u.a.: »Identifying Representative Textual Sources in Blog Networks«. In: *International AAAI Conference on Weblogs and Social Media.* Menlo Park/CA 2011. http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/view/2756/3306 (zuletzt eingesehen am 09.10.2013); Claire Reinelt u. Natalia Castaneda: »Applying Social Network Analysis to Online Communications Networks«. Veröffentlicht am 24.01.2012. http://leadershiplearning.org/blog/nataliaca/2012-01-30/applying-social-network-analysis-online-communications-networks (zuletzt eingesehen am 09.10.2013); Darko Obradović, Stephan Baumann u. Andreas Dengel: »A Social Network Analysis and Mining Methodology for the Monitoring of Specific Domains in the Blogosphere«. In: *Social Network Analysis and Mining* 3.2 (2013), S. 221–232; Qing Tian: »Social Anxiety, Motivation, Self-Disclosure, and Computer-Mediated Friendship: A Path Analysis of the Social Interaction in the Blogosphere«. In: *Communicational Research* 40.2 (2013), S. 237–260.

3. Eine Blogotop-Analyse

Über *Amazon* traf ich, wie erwähnt, auf ein Bücherblog, mein *first contact*-Blog, auf dem regelmäßig (meist mehrmals die Woche) Posts veröffentlicht wurden. Ein Großteil dieser Posts drehte sich um Bücher (fast ausschließlich Romane, zu denen in der Regel Rezensionen gepostet wurden) oder um das Lesen von Büchern, einige widmeten sich der Praxis des Blogschreibens, einige antworteten auf *community*-Aktivitäten, also auf Posts aus thematisch verwandten und sozial vernetzten Blogs, etwa auf Umfragen nach dem »SUB« (dem ›Stapel ungelesener Bücher‹, über den in diesem Blogotop zumeist akribisch Buch geführt wird) oder nach Lieblinsbüchern, -romanserien, -genres, -covern, -leseplätzen und vielem mehr – es ist dies das charakteristische Postingprofil der meisten, häufig explizit als ›Bücherblog‹ bezeichneten Blogs, auf die ich während meiner Erkundung stieß. Nicht ausgeschlossen ist damit, dass es auf diesen Blogs zuweilen auch gewissermaßen Nonbook-Posts, vor allem zu privaten Erlebnissen und Ähnlichem gibt; aber die konkret buch- oder lesebezogenen Posts dominieren.

Was das *first contact*-Blog angeht, so wurde es betrieben von einer Bloggerin in den Zwanzigern, Studentin und daneben offenbar vor allem eines: beeindruckend extensive und beeindruckend intensiv-emphatische, dabei zugleich kritische Leserin einer Literatur, die man in den Vereinigten Staaten in der Regel unter der (buchhändlerischen wie genresystematischen) Kategorie ›Young Adult‹ (›YA‹) fasst. Diese Bloggerin (ich werde sie, wie auch ihr soziales Netzwerk, hier und im Folgenden im Anonymen belassen)[65] und ihr Blog waren für mich der Einstieg. Was mich nach diesem Einstieg zunehmend zu faszinieren begann, war – neben dem immensen Lesepensum – unter anderem eines: Überall, etwa in der Blogroll (dazu gleich mehr) oder in den Kommentarbereichen zu Posts, fand ich Links zu weiteren Blogs, genauer: zu weiteren Bücherblogs, die sich zudem meist ebenfalls primär dem YA-Genre widmeten. Und auf diesen Bücherblogs fand ich wiederum Links zu anderen Bücherblogs, zuweilen waren es über hundert Links in der Blogroll. Bald wiederholten sich einige Blogs, aber es kamen auch neue und immer neue hinzu, weiterhin zahlreiche YA-Bücherblogs, doch auch andere. So handelte es sich bei einigen zwar um privat geführte, aber thematisch nicht auf Bücher fokussierte Blogs (zum Bespiel um Do-It-Yourself-Blogs oder um Foto-Blogs), andere widmeten sich nicht dem YA-Genre (sondern zum Beispiel dem Krimi), einige Blogs wurden von kommerziellen Akteuren betrieben, bei einigen handelte es sich um Autorenblogs, wobei die Autoren meist eben das Genre bedienten, das auch die Bloggerinnen in diesem Blogotop favorisierten.

Wie die quantitativen Verhältnisse zwischen diesen unterschiedlichen Webpräsenzen waren, wie das alles zusammenhing, wo die Grenzen des YA-Bücherblogotops waren, über das ich in dieses ausufernde Netzwerk an Webpräsenzen eingestiegen war: das alles ließ sich jedoch durch das einfache Durchsurfen dieser Welt nicht erfassen, nicht überschauen.

---

65 | Die Kommunikation dieser Bloggerinnen ist, so mein Eindruck nach den Analysen, nicht im strengen Sinne für die Öffentlichkeit gedacht; sie ist in nicht unerheblichem Maße Privatkommunikation. Die statistischen Daten, die ich im Folgenden präsentieren werde, personalisiert zu präsentieren, erschien mir – auch aufgrund des mitunter sensiblen Alters der Bloggerinnen – vor diesem Hintergrund unangebracht. Auf begründete Nachfrage stelle ich den nicht-anonymisierten Datensatz für weitere Forschungen zur Verfügung. Der Redaktion und der Gutachterin, Simone Winko, lag der nicht-anonymisierte Datensatz zur Überprüfung vor.

3.1. Zur Datenerhebung

Es war dies der Moment, in dem ich in den empirischen Modus der Datenerhebung wechselte. Mein *first contact*-Blog wurde damit zum ›Blog 1‹; er diente als Ausgangspunkt für das, was man in der Social Network Analysis[66] als Analyse eines ›Ego-Netzwerks‹[67] bezeichnet, also die Untersuchung der Kontakte (Alteri) eines ausgewählten Egos und deren Vernetzung. In jenem ersten Datenerhebungsdurchgang, der dieser Darstellung zugrunde liegt, wurden ausgehend von Blog 1 in einem händisch durchgeführten *click*[68]*-copy*[69]*-paste*[70]-Verfahren insgesamt 1375 weitere Webpräsenzen und – allerdings nicht für die Gesamtheit – deren Vernetzung erfasst.

Vorgegangen wurde wie folgt: Blog 1 wurde in einem ersten Schritt auf seine Vernetzung hin analysiert. Als Grundlage der Analyse diente die Blogroll von Blog 1 (der zugleich als ›Gruppe 0‹ gilt). Bei der Blogroll handelt es sich um eine »öffentliche Linksammlung zu anderen Weblogs, die meist gut sichtbar auf der Startseite und allen Unterseiten platziert ist«.[71] Die Blogroll ist also eine Liste, durch die die Bloggerin in Form eines Links eine Beziehung[72] zu einem anderen Blog beziehungsweise zu einer anderen Bloggerin dokumentiert: »[B]logroll links serve as badges that bloggers may display, they indicate ›a general

---

66 | Vgl. grundlegend zur Anwendung von Methoden der formalen Social Network Analysis auf Online-Netzwerke den Beitrag von Laura Garton, Caroline Haythornthwaite u. Barry Wellmann: »Studying Online Social Networks«. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 3.1 (1997). http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/garton.html (zuletzt eingesehen am 09.10.2013) – dort auch eine kurze Einführung in die Netzwerkanalyse. Allgemein zur Einführung in die formale Social Network Analysis können dienen: Stanley Wasserman u. Katherine Faust: *Social Network Analysis. Methods and Applications*. New York 1994; John Scott u. Peter J. Carrington (Hg.): *The SAGE Handbook of Social Network Analysis*. London u.a. 2011. In den letzten Jahren wird zunehmend an einer ›kulturalistisch‹-qualitativen Weiterentwicklung der Netzwerkanalyse gearbeitet; wesentlicher Impulsgeber ist hier Harrison C. White: *Identity and Control. How Social Formations Emerge*. Princeton, Oxford ²2008 [1. Aufl. 1992]; siehe des Weiteren z.B. Mustafa Emirbayer: »Manifesto for a Relational Sociology«. In: *American Journal of Sociology* 103 (1997), S. 281–317; sowie Jan Fuhse u. Sophie Mützel (Hg.): *Relationale Soziologie. Zur kulturellen Wende der Netzwerkforschung*. Wiesbaden 2010. – In einem Aufsatz, der sich mit der Anwendung der formalen Social Network Analysis im Rahmen der Analyse literarischer Texte befasst, habe ich den Versuch gemacht, Geschichte, Konzepte und Methoden in einer für Literaturwissenschaftler lesbaren Form bündig darzustellen: Peer Trilcke: »Social Network Analysis (SNA) als Methode einer textempirischen Literaturwissenschaft«. In: Philip Ajouri, Katja Mellmann u. Christoph Rauen (Hg.): *Empirie in der Literaturwissenschaft*. Münster 2013, S. 201–247, v.a. S. 208–222.

67 | »Unter einem ego-zentrierten Netzwerk versteht man das um eine fokale Person, das Ego, herum verankerte soziale Netzwerk« (Dorothea Jansen: *Einführung in die Netzwerkanalyse. Grundlagen, Methoden, Forschungsbeispiele*. Wiesbaden ³2006, S. 80).

68 | … auf einen Link.

69 | … die URL.

70 | … die URL in ein Excel-Arbeitsblatt. Dieses Excel-Arbeitsblatt diente im Weiteren als Grundlage, um mittels der Open Source-Software Cytoscape (Version 2.8.3) die im Folgenden dargestellten und thematisierten Visualisierungen zu erstellen. Die Daten in den Excel-Arbeitsblättern wurden zum Teil mittels Pivot-Tabellen und Excel-Matrix-Funktionen für die Einspeisung in die Visualisierungssoftware aufbereitet. Ohne die rasanten und informierten Experten im Excel-Bereich des Forums *www.office-loesung.de* hätte diese Aufbereitung wesentlich mehr Zeit in Anspruch genommen; ich danke.

71 | Art. »Blog«. In: *Wikipedia. Die freie Enzyklopädie*. Bearbeitungsstand: 26.09.2013, 18.54 Uhr. http://de.wikipedia.org/wiki/Blog (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

72 | In der Terminologie der Netzwerkanalyse handelt es sich bei diesen Blogrolllinks um nichtgewichtete, gerichtete Relationen; vgl. zur Klassifizierung von Relationen z.B. Jansen: *Einführung in die Netzwerkanalyse* (Anm. 67), S. 58ff.

social awareness on behalf of the author‹«, fasst Juliette De Maeyer die Forschungen von Lada A. Adamic und Cameron Marlow zusammen.[73]

In der Blogroll von Blog 1 befanden sich 48 weitere Webpräsenzen, die die ›Gruppe 1‹ (also die von Blog 1 verlinkte Gruppe) meines Datensatzes bilden und so etwas wie den primären Ring um den *first contact*-Blog darstellen; bei allen diesen Webpräsenzen handelt es sich um Blogs, ja sogar bei allen um YA-Bücherblogs. Auch von diesen Blogs der Gruppe 1 haben wir die Blogrolls ausgewertet, auf diese Weise gewissermaßen einen sekundären Ring gezogen und so, zusätzlich zu einigen bereits in der Gruppe 1 enthaltenen URLs, 790 neue URLs erfasst, die die ›Gruppe 2‹ bilden. Die Anzahl der Links in der Blogroll variierte dabei stark: So hatten fünf Blogs aus der Gruppe 1 überhaupt keine Blogroll; bei dem Rest lag der Mittelwert für die Blogrolllinks bei 41,7 (Standardabweichung 40,4). Die meisten Links enthielt die Blogroll von Blog 10; es waren 152.[74] Am Ende dieser Erfassung lagen damit insgesamt 839 URLs vor.

Da die Auswertung dieser URLs und ihrer Vernetzung zu weiteren Fragen führte, wurden in einem letzten, dieses Mal nur stichprobenartigen Erhebungsvorgang bei sieben, aufgrund attributiver und struktureller Auffälligkeiten ausgewählten Blogs aus der Gruppe 2 die Blogrolls ausgewertet und damit punktuell ein tertiärer Ring um Blog 1 gezogen. Insgesamt wurden bei diesem Schritt 537 neue URLs erfasst (kategorisiert nach der Zugehörigkeit zu einem der sieben Blogs als ›Gruppe 3‹ bis ›Gruppe 9‹). Nach dem Abschluss dieser Datenerhebung lagen schließlich 1376 URLs vor (zur Verteilung siehe Tabelle 1); zudem waren 2505 ausgehende Blogrolllinks erfasst worden, also ›soziale Akte‹, mit denen eine Bloggerin gegenüber einer anderen Bloggerin ihre »social awareness« ausdrückt.

Gruppe	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Gesamt
Anzahl der URLs	1	48	790	2	13	14	23	86	274	125	1376

Tabelle 1: Anzahl der erfassten URLs pro Gruppe

Obwohl mit den damit erhobenen Daten keineswegs das ganze Blogotop der deutschsprachigen YA-Bücherblogs erfasst war, legte ich in diesem Moment eine Pause in der quantitativen Datenerhebung ein, um einen ersten Überblick zu gewinnen und womöglich anhand dieses Datensatzes Probleme zu identifizieren und Fragen zu generieren, die bei der weiteren Vorgehensweise zu berücksichtigen sein könnten.

In einem nächsten Schritt ging es um die Datenauswertung. Zu diesem Zweck wurden die erfassten URLs und deren Relationen listenförmig aufbereitet und in Cytoscape (Version 2.8.3) eingespeist, ein Programm zur Visualisierung und zum Layout von Netzwerken,

---

73 | De Maeyer: »Towards a Hyperlinked Society« (Anm. 61), S. 9 mit Bezug auf Lada A. Adamic: »The Social Hyperlink«. In: Lokman Tsui u. Joseph Turow (Hg.): *The Hyperlinked Society. Questioning Connections in the Digital Age.* Ann Arbor/MI 2008, S. 227–249 und Cameron Marlow: »Audience, Structure and Authority in the Weblog Community«. Vortrag auf der *International Communication Association Conference,* New Orleans 27.–30.05.2004. http://alumni.media.mit.edu/~cameron/cv/pubs/04-01.pdf (zuletzt eingesehen am 09.10.2013). – Die Analyse der Verlinkung durch die Blogroll ist allerdings nur ein Ansatz, um Blognetzwerke zu rekonstruieren. Ein weiteres Verfahren, das auch ergänzend zur Anwendung kommen kann, ist die Analyse von In-Post-Links, also Links auf andere Blogs, die ein Blogger *innerhalb* eines Artikels (Post) platziert.

74 | Hier zeigen sich insofern auch sehr unterschiedliche Verlinkungsstile von Bloggerinnen: Einige platzieren nur sehr wenige Links in ihrer Blogroll, wodurch das ›Gewicht‹ des einzelnen Links sich erhöht (was womöglich eine engere Verbindung signalisiert); andere platzieren sehr viele Links in ihrer Blogroll und zeigen damit auch, dass sie das sie umgebende Blogotop umfangreich wahrnehmen.

das ursprünglich für bioinformatische Forschungen entwickelt wurde, gegenüber seinem Gegenstand allerdings neutral ist, also auch soziale oder eben Link-Netzwerke verarbeiten kann. Die Anordnung der Knoten (Webpräsenzen) und Kanten (Blogrolllinks) durch die Software erfolgte dabei nach einem bei derartigen Visualisierungen häufig verwendeten Algorithmus (*spring embedding*); nur wo sich Knoten überlappten, wurde händisch minimal korrigiert.[75]

3.2. Erste Visualisierungen und Anmerkungen zur Interpretation der Daten

Das Ergebnis ist Abb. 1 (siehe Anhang).[76] Die Knoten sind hier nach drei Größen unterschieden: Groß ist die Gruppe 0 (bestehend nur aus Blog 1), Knoten der mittleren Größe stellen Blogs der Gruppe 1 dar, die allesamt durch die Blogroll von Blog 1 erfasst wurden; klein sind alle weiteren Webpräsenzen der Gruppen 2 bis 9. Über die Unterscheidung mittels Größen hinaus wurde in Abb. 2 (siehe Anhang) eine farbliche Differenzierung vorgenommen: Die stichprobenartig in dem bisher letzten Datenerhebungsschritt erfassten Webpräsenzen aus dem tertiären Ring (Gruppe 3-9) sind in einem hellen Orange gehalten, ebenso die im Rahmen dieses dritten Erhebungsschritts erfassten Verlinkungen (Kanten). Für die weiteren Erläuterungen werde ich die Knoten und Kanten dieses nicht systematisch erschlossenen tertiären Rings ausblenden; später, wenn es um die schwierige Frage der Grenzen des deutschsprachigen YA-Bücherblogotops geht, werde ich noch einmal auf sie eingehen.

Bevor ich allerdings zu den weiteren Erläuterungen komme, sind einige grundsätzliche Bemerkungen zu den Daten, zu ihrer Visualisierung sowie zum Umgang mit beidem notwendig. In diesem Zusammenhang ist *erstens* erneut darauf hinzuweisen, dass diese Daten händisch erhoben wurden, was auch bedeutet, dass hier – obwohl die Links des primären und sekundären Rings jeweils in einem zweiten Durchgang überprüft und gegebenenfalls korrigiert wurden – Fehler nicht auszuschließen sind. Optimal wäre in diesem Zusammenhang sicher eine automatisierte Datenerfassung,[77] mithin die Zusammenarbeit mit Forschern aus dem Humanities Computing-Zweig der Digital Humanities.

Zweitens sei darauf hingewiesen, dass der analysierte Gegenstand ein hochdynamischer ist: Blogrolls ändern sich, Links kommen hinzu oder verschwinden, ja auch Blogs entstehen ständig neu oder gehen vom Netz. Streng genommen lassen sich aufgrund der erhobenen Daten damit nur Aussagen für das kurze Zeitfenster von vier Tagen machen, in dem die Datenerhebung und -überprüfung erfolgte. Die Netzwerkkarte, die auf Basis der Daten erstellt wurde, ist mithin nur die Abbildung eines prinzipiell flüchtigen Zustands eines im steten Wandel begriffenen Linkgeflechts.

---

75 | Zum Problem der Visualisierung vgl. die kurzen Ausführungen unten sowie die überblicksartigen Artikel Florian Straus: »Netzwerkkarten – Netzwerke sichtbar machen«. In: Christian Stegbauer u. Roger Häußling (Hg.): *Handbuch Netzwerkforschung.* Wiesbaden 2010, S. 527–538, und Lothar Krempel: »Netzwerkvisualisierung«. In: Christian Stegbauer u. Roger Häußling (Hg.): *Handbuch Netzwerkforschung.* Wiesbaden 2010, S. 539–567 – dort auch weiterführende Literaturhinweise.

76 | Hochauflösende Versionen der Abbildungen wurden im Rahmen der Online-Version dieses Beitrags auf http://www.uni-muenster.de/Textpraxis/peer-trilcke-literatursoziologie-des-internets veröffentlicht; diverse Formate können auf der Seite http://www.trilcke.de/lis/ angesehen und heruntergeladen werden.

77 | Einige Versuche in diese Richtung habe ich bereits mit dem Programm IssueCrawler der Amsterdamer Organisation Govcom.org durchgeführt (https://www.issuecrawler.net/). Mit dieser Software lassen sich Linknetzwerke automatisiert erfassen; allerdings bietet das Programm leider keine Möglichkeit, gezielt allein die Blogrolls auszuwerten.

Drittens ist vor einer allzu naiven Interpretation dessen zu warnen, was ich soeben, gleichfalls etwas naiv, als ›Abbildung‹ bezeichnet habe. Denn die eben präsentierte und im Folgenden weiter zu kommentierende Visualisierung ist selbstverständlich keine Abbildung und das schon deshalb, weil sie sich einer zweidimensional-räumlichen Darstellung bedient, um etwas darzustellen, was mit physikalischer Räumlichkeit zunächst einmal nur im Bereich der hier gar nicht erfassten technischen Infrastruktur etwas zu tun hat, und auch dort nur bedingt. Nun sind Raummetaphern[78] für die Struktur des Netzes keineswegs grundsätzlich unpassend: Die Vorstellung, dass zwischen einer Webpräsenz und einer anderen eine gewisse ›Entfernung‹ liegt, die sich etwa in den *clicks* ausdrückt, die man tätigen muss, um von der einen zu anderen zu gelangen, ist durchaus plausibel – und sie wird auch in Netzwerkkarten in gewisser Hinsicht abgebildet, zumal der von mir verwendete *spring embedding*-Algorithmus versucht, »*lokale Nachbarschaften*« von Knoten in der Darstellung sichtbar werden zu lassen.[79] Dennoch sei vor der visuellen Suggestionskraft von Netzwerkkarten und ihrer topologischen Ordnung gewarnt, die sehr schnell zu unangebrachten Interpretationen etwa mittels Kategorien wie ›Zentrum‹ oder ›Peripherie‹ einlädt.

Solche Kategorien sind dabei auf die von mir erstellte Netzwerkkarte auch darum nur mit äußerster Vorsicht anzuwenden, weil diese Karte, *viertens*, in gewisser Hinsicht unvollständig ist, oder anders gesagt: Die Erfassung des Zusammenhangs deutschsprachiger YA-Bücherblogs als exemplarischer Fall eines generisch kodierten Bücherblogotops ist noch nicht abgeschlossen – ist es auch aus dem Grunde nicht, weil ich mir noch nicht darüber im Klaren bin, wann diese Erfassung überhaupt abgeschlossen sein könnte, wo vor allem die Grenzen eines solchen Blogotops verlaufen und wie sie sich bestimmen ließen. Ich komme auf diesen Punkt, der wesentlich für mein Innehalten im Zuge der Datenerhebung verantwortlich ist, später zurück.

Zugleich ist allerdings anzumerken, dass die Netzwerkkarte in einer Hinsicht durchaus vollständig ist: Das Ego-Netzwerk meines Blogs 1, dessen primäre Kontakte und deren Verbindungen untereinander, wurde in Gänze erfasst. Die weiteren Erhebungen hatten demgegenüber einen vorwiegend explorativen Charakter, wobei es hier eben auch darum ging, eine Vorstellung von der Größe der insgesamt zu untersuchenden Population zu gewinnen sowie eine Datengrundlage für die Aufstellung von Kriterien zu schaffen, anhand derer die Zugehörigkeit zu dieser Population überhaupt bestimmt werden kann.[80]

Die bemerkte ›Unvollständigkeit‹ des von mir erfassten Netzwerks hat Konsequenzen für dessen Analyse. Denn die Verfahren, mit denen die quantitativ-empirische Methode

---

78 | Vgl. dazu etwa die Untersuchungen von Denis L. Jamet: »What do Internet Metaphors Reveal About the Perception of the Internet«. In: *metaphorik* 18 (2010), S. 7–32. http://www.metaphorik.de/18/jamet.pdf (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

79 | Krempel: »Netzwerkvisualisierung« (Anm. 75), S. 544.

80 | Zur Definition der Grenzen von Netzwerken beziehungsweise zu Kriterien für deren Abgrenzung vgl. auch überblicksartig Jansen: *Einführung in die Netzwerkanalyse* (Anm. 67), S. 71ff. Andere Studien, bei denen nicht, wie bei mir, ein von einem Ego-Netzwerk ausgehendes exploratives Vorgehen gewählt wurde, arbeiten in der Regel mit einem zu Beginn definierten Set von Akteuren (Blogs), von denen ausgehend dann das Netzwerk erhoben wird, so z.B. Stansberry: »Mapping Mommy Bloggers« (Anm. 64) oder Wade u.a.: »Identifying Representative Textual Sources« (Anm. 64), die jeweils von in Rankings hochplatzierten Blogs ausgehen. Für die hier untersuchten Bücherblogs ist eine solche Orientierung an Rankings allerdings weniger sinnvoll, da es – soweit ich das sehe – keine zuverlässigen Rankings gibt. Allerdings ließe sich bei weiteren Studien mit Listen von Bücherblogs arbeiten, so etwa mit der Liste bei http://blog-zug.com/abteil.php?abteil=Buecher&seite=1 (zuletzt eingesehen am 09.10.2013), die 538 Blogs mit dem Tag ›Buecher‹ anführt – hier können die Nutzer ihr Blog selbst melden und mit einer Zuordnung versehen. Eine andere Option wäre die redaktionell erstellte Liste im Artikel [anonym]: »Bücherblogs. Leser-Navi mit Herz und Verstand«. http://ebooks-autoren.de/buecherblogs (zuletzt eingesehen am 09.10.2013), die 180 Bücherblogs anführt.

der formalen Social Network Analysis Netzwerke untersucht, um so beispielsweise strukturelle Eigenschaften eines Netzwerks zu bestimmen und mit denen anderer Netzwerke zu vergleichen, um strukturell besonders gut positionierte, sogenannte zentrale Akteure in einem Netzwerk zu identifizieren oder aber um, ein letztes Beispiel, Cluster zu erkennen, also besonders dicht vernetzte Bereiche innerhalb eines Netzwerks zu finden: all diese Verfahren verlangen prinzipiell, dass komplette Netzwerke vorliegen. Um ein komplettes Netzwerk zu erheben, bedarf es jedoch, siehe viertens, eines Wissens um die Grenzen des Netzwerks, ja im besten Fall verfügt man über ein definiertes Set von Akteuren. Ein solches Set aufzustellen oder zumindest die Kriterien anzugeben, nach denen sich das Set aufstellen ließe, setzt allerdings eine gewisse Kenntnis, ja man könnte sogar sagen eine gewisse Vertrautheit mit dem Gegenstandsbereich voraus, dem die analytische Aufmerksamkeit gilt.

3.3 Erhebung attributiver Daten

Es war dies der Grund für mein Innehalten bei der Erfassung der *relationalen* Daten, der Verlinkungen, und für den Wechsel in einen Erhebungsmodus, dessen Aufmerksamkeit sich auf *attributive* Daten richtete, also auf Eigenschaften der erfassten Webpräsenzen. Die teils quantitativen, teilweise qualitativen Daten, die bei dieser Erhebungsrunde gewonnen wurden, sollen im Folgenden der phänomenologischen Charakterisierung der Webpräsenzen dienen.

Die Erhebung attributiver Daten erfolgte in unterschiedlichem Umfang, wobei ich zwei Populationen differenziert habe. Die erste, größere Population umfasst die Gruppen 0 bis 2, also die insgesamt 839 URLs beziehungsweise die unter diesen gehosteten Webpräsenzen, die systematisch erfasst wurden. Die zweite, kleinere Population setzt sich zusammen aus dem *first contact*-Blog und seinem Ego-Netzwerk, also aus insgesamt 49 Webpräsenzen beziehungsweise in diesem Fall sogar 49 YA-Bücherblogs. Für diese kleinere Population wurden am 16. Juni 2013 exklusiv 16 Attribute erfasst, zum Beispiel die Sprache, in der das Blog verfasst ist, das Alter und Geschlecht der Bloggerin, die Dauer des Bestehens des Blogs oder die Genres der drei zuletzt rezensierten Bücher; zu diesen Attributen im Detail komme ich gleich.

Für die große Population (und damit auch für die kleine, die ja ein Teil der großen ist) wurden demgegenüber nur sechs Attribute betrachtet; ausgewählt wurden diese Attribute induktiv, insofern beim Sammeln der URLs einige Typen von Webpräsenzen auffielen, die keine Bücherblogs waren. Gefragt wurde in diesem Sinne danach,

1. ob die Webpräsenz, auf die verlinkt wurde, überhaupt (noch) online ist oder ob sie vom Netz genommen wurde bzw. ob alle Inhalte entfernt wurden (Attribut ›dead ja/nein‹).
2. ob es sich überhaupt um ein Bücherblog handelt (Attribut ›kein Bücherblog ja/nein‹). Mit dieser Frage wurde eine umfassendes Attribut konzipiert, das auch die folgenden Attribute 3 (›Autorensite‹), 4 (›Fansite‹) und 5 (›kommerziell‹) einbezieht. Darüber hinaus wurde dieses Attribut all jenen Webpräsenzen zugewiesen, die zwar privat betriebene Blogs waren, sich jedoch vorwiegend oder ausschließlich einem anderen Thema widmeten. Grundlage der Identifizierung eines solchen ›Nonbook-Blogs‹ war jeweils die Sichtung der ersten Seite des Blogs und der dort versammelten Posts, wobei das Attribut dann zugeschrieben wurde, wenn mehr als zwei Drittel der Posts anderen Themen galten. Die Klassifizierung

bedurfte dabei in fast allen Fällen allerdings gar nicht der prozentualen Überprüfung, da ich mich offenbar in einem Bereich bewegte, in dem nahezu alle Blogs thematisch klar profiliert waren.

3. ob es sich um ein Autorenblog oder eine andersartige Autorenwebsite handelt (Attribut ›Autorensite ja/nein‹), also um eine Webpräsenz, auf der es primär nicht um die Rezeption und Vermittlung von Literatur, sondern um die Produktion und Distribution (einschließlich Marketing) ging.
4. ob es sich um ein Fanblog oder eine Fansite handelt, also um eine Webpräsenz, die sich nur einem spezifischen Werk, einem Autor, einer Reihe widmet (Attribut ›Fansite ja/nein‹).
5. ob es sich um eine Webpräsenz, gegebenenfalls auch ein Blog, eines kommerziellen Akteurs handelt (Attribut ›kommerziell ja/nein‹).
6. ob es sich um ein Blog aus dem angloamerikanischen Sprachraum (andere Sprachräume kamen nicht vor) handelt, was in der Regel bedeutet, das der Blog von den Vereinigten Staaten aus betrieben wird (Attribut ›angloamerikanisch ja/nein).

3.3.1 Attributive Daten der großen Population

Die Erhebung dieser attributiven Daten ergab für die große Population (N = 839) folgende absolute und prozentuale Werte:

	dead	kein Bücherbl.	Autorensite	Fansite	kommerziell	angloamerikanisch
absolut	73	89	16	7	27	162
in %	8,7	10,6	1,9	0,8	3,2	19,3

Tabelle 2: Attributive Daten der großen Population

Einigen Webpräsenzen ließen sich dabei mehrere dieser Attribute zuweisen. So ist etwa eine Autorensite oder eine Fansite *per definitionem* ›kein Bücherblog‹; auch wurden zum Beispiel US-amerikanische Autorensites erfasst. Berücksichtigt man diese Mehrfachattributionen, dann lässt sich für die Grundgesamtheit an URLs der großen Population feststellen, dass es sich bei 37,1% (311 von insgesamt 839) der erfassten Webpräsenzen nicht um aktive deutschsprachige Bücherblogs handelt. Die strukturelle Verortung dieser Blogs lässt sich der Abb. 3 (siehe Anhang) entnehmen, in der die Knoten, die für diese Blogs stehen, durch den bekannten hellen Orangeton hervorgehoben sind.

Die Erhebung von attributiven Daten, das machen diese Zahlen deutlich, stand für mich zunächst im Dienste der Eingrenzung dessen, was ich eigentlich erkunden und verstehen wollte, nämlich deutschsprachige Bücherblogs; leitende Frage war, wie viele der erfassten Webpräsenzen eigentlich wirklich zu diesem Bloggenre gehören. Die Daten geben, beschränkt freilich auf das erfasste URL-Set, aber noch über einige weitere Aspekte Aufschluss. Drei Aspekte seien kurz angesprochen, nämlich die nationale Homogenität/Heterogenität, die thematische Homogenität/Heterogenität und die Involviertheit anderer Akteure.

Der Aspekt ›nationale Homogenität/Heterogenität‹ ist verknüpft mit der Frage, ob es überhaupt sinnvoll ist, die Untersuchung auf ›deutschsprachige Bücherblogs‹ zu beschränken oder ob nationale Grenzen, vor allem Sprachgrenzen, womöglich gar keine Rolle spielen. Die Ergebnisse legen allerdings nahe, dass auch hier Grenzen vorhanden sind. Abb. 4 (siehe Anhang) zeigt die große Population (Gruppe 0 bis 2), wobei dieses Mal

nur Blogs aus dem angloamerikanischen Sprachraum orange markiert sind. Dass überhaupt in signifikantem Umfang Blogs aus diesem Sprachraum erfasst wurden, liegt, wie sich zeigt, vor allem daran, dass in der Blogroll von Blog 1 auch ein US-amerikanisches Blog verlinkt war (Blog 29, rechts oben) und in Folge dessen, bei Erhebung des sekundären Rings, auch die ausschließlich aus dem angloamerikanischen Raum stammenden Webpräsenzen aus der Blogroll von Blog 29 erfasst wurden. Lässt man die 144 Blogs aus dieser Blogroll beiseite, sinkt der prozentuale Anteil von Blogs aus dem angloamerikanischen Sprachraum auf 2,6% (N = 695; davon 18 mit dem Attribut ›angloamerikanisch‹). Mit anderen Worten: Im Wesentlichen ist die Gesamtheit der erfassten Webpräsenzen sprachlich (und auch national) relativ homogen, nur vereinzelt findet man in einer Blogroll eines deutschsprachigen Bücherblogs einen Link zu einem nicht-deutschsprachigen Blog, wobei einige Blogs in dieser Hinsicht etwas stärker verlinken (so vor allem Blog 20 mit 9 Links oder Blog 5 mit 6 Links). Nun ist es angesichts der Sprachbarriere wenig verwunderlich, dass Blogs aus dem angloamerikanischen Raum nicht auf deutschsprachige Blogs verlinken; dass aber die deutschsprachigen Blogs, deren Bloggerinnen nicht selten die englischsprachigen Originalausgaben lesen und rezensieren, wesentlich innerhalb der deutschsprachigen Sphäre bleiben und nicht mit der sehr aktiven US-amerikanischen YA-Bücherblog-*community* interagieren, war nicht ohne Weiteres zu erwarten – gerade angesichts von Schlagworten wie ›Globalisierung‹ und ›Transnationalisierung‹, die so häufig mit dem World Wide Web in Verbindung gebracht werden.

Ähnlich unerwartet war, zweiter Aspekt, die thematische Homogenität der erfassten Gesamtheit. Betrachtet man nur thematisch ausgerichtete Blogs, entfernt also Webpräsenzen mit den Attributen ›dead‹, ›Autorensite‹, ›Fansite‹, ›kommerziell‹ aus der Gesamtheit, dann widmen sich von den erfassten Blogs nur 6,5% einem anderen Thema als Büchern oder dem Lesen (N = 719, darunter noch 47 Blogs, die nur das Attribut ›kein Bücherblog‹ tragen). Und auch hier ist ein ähnliches Phänomen zu beobachten wie bei Betrachtung der nationalen Differenzierung: Abb. 5 (siehe Anhang) zeigt die Gesamtheit der thematisch ausgerichteten Blogs, wobei Blogs mit dem Attribut ›kein Bücherblog‹ orange hervorgehoben sind. Wie zu sehen ist, sind es wiederum nur einige Blogs, die relativ umfangreich auf Blogs verweisen, die keine Bücherblogs sind, so etwa Blog 31 am rechten Rand der Netzwerkkarte, dessen Blogroll 18 Links auf Nonbook-Blogs enthält. Über das thematische Profil dieser nicht den Büchern oder dem Lesen gewidmeten Blogs wurden zwar keine Daten erhoben: Während der allgemeinen Datenerhebung fiel jedoch auf, dass man weder auf im weiteren Sinne journalistische, noch gar auf im engeren Sinne politische Blogs oder Vergleichbares stieß. Wiederholt traf man stattdessen auf Blogs aus dem Do-It-Yourself-, also DIY-Bereich, vereinzelt auf Rezepteblogs und mehrfach auf Produkttestblogs, die im Prinzip ähnlich funktionieren wie Bücherblogs, nur dass dort Nonbook-Produkte wie Deko-, Haushalts- oder Kosmetikartikel ›rezensiert‹ werden.

Ein dritter Aspekt, über den die attributiven Daten zumindest einen vorläufigen Aufschluss geben, war die Rolle, die ökonomische Akteure in dieser ›Welt‹ spielen. Hinzuweisen ist hier allerdings zunächst darauf, dass eine Auswertung von Blogrolllinks in diesem Zusammenhang eigentlich nicht der richtige Ansatz ist, da die Blogroll vor allem der sozialen Vernetzung mit anderen Bloggerinnen dient, ökonomische beziehungsweise kommerzielle Akteure hier also in der Regel nicht auftauchen sollten. Und tatsächlich sind diese Akteure – ich komme darauf später noch einmal zu sprechen – primär auf andere Weise in diesem Blogotop aktiv. Umso erstaunlicher ist es, dass einige dieser Akteure von den Bloggerinnen dennoch verlinkt wurden. Dabei muss jedoch unterschieden werden zwischen mindestens zwei kommerziell agierenden Typen von Webpräsenzen.

Auf der einen Seite sind, vor allem aus dem DIY-Bereich, Blogs zu verorten, die an größere Shopping-Plattformen angeschlossen sind, etwa an Dawanda: Hier haben wir es mit in der Regel frei- oder nebenberuflichen Akteuren aus der *handmade-culture* zu tun. Auf der anderen Seite stehen Akteure, die gezielt mit den *Bücher*bloggerinnen interagieren, weil diese die primäre Konsumentengruppe darstellen. Es handelt sich bei diesen Akteuren mithin vor allem um Distributoren beziehungsweise um Mittlerinstanzen zwischen Distributoren (zum Beispiel Verlagen) und Konsumenten, die mit gezielt auf die Kommunikationsgewohnheiten und die habituellen Dispositionen der Bücherbloggerinnen zugeschnittenen Angeboten an diese herantreten. So agiert etwa die Webpräsenz *Blogg dein Buch*, die auf der Startseite mit dem Slogan »Ein Gratis-Buch erhalten und Rezensionen bloggen« wirbt, als eine Art Zwischenhändler für Rezensionsexemplare und also als Mittler zwischen Verlagen und Bloggerinnen.[81] Geht es hier nur um ein zielgruppenorientiertes Buchmarketing, so agieren andere Webpräsenzen zugleich als Distributoren im Sinne von Buchshops. Zu nennen sind hier *Mein Lesetipp* (http://www.mein-lesetipp.de) von der Hamburger Content-Marketingagentur brandsatz oder *blog-Buch* (http://blog.bilandia.de), betrieben von der Münchner Social Media-Marketingagentur Bilandia. *Mein Lesetipp* gibt sich dabei als – so die Selbstbezeichnung – »Blog-Magazin«, das Lesetipps präsentiert, Gewinnspiele organisiert und zudem über eine eigene *community* verfügt, der man beitreten kann, um mit ›Gleichgesinnten‹ zu kommunizieren. Wie bei *Mein Lesetipp* ist auch bei der – wiederum laut Selbstbezeichnung – »Buchshop Community« *blog-Buch* eine Shopping-Komponente implementiert, über die man die diskutierten oder im Blogger-Stil präsentierten Bücher sogleich bestellen kann. Keine direkte Shopping-Option bietet das ebenfalls bei der Datenerhebung als kommerzieller Akteur erfasste, vor allem wohl der Kunden- beziehungsweise Userbindung verpflichtete *Lovelybooks Blog* (http://blog.lovelybooks.de), das über »Wissens- und Lesenswertes aus der Buchszene« berichtet;[82] die Inhalte werden von ausgewählten Bücherbloggerinnen und Mitgliedern der LovelyBooks-Redaktion verfasst. Schließlich sind noch zwei direkt von ›traditionellen‹ Distributoren betriebene Webpräsenzen zu nennen: das Blog des Verlags der Francke-Buchhandlung aus Marburg (http://franckebuch.blogspot.de) sowie das Blog der Mayerschen Buchhandlung aus Aachen (http://mayersche-blog.de) – beides Angebote, die versuchen, durch das Blog möglichst direkte Kontakte zur Zielgruppe zu knüpfen.

Diese Beobachtungen bedürfen freilich der weiteren Überprüfung und der näheren, stärker auf der qualitativen Analyse basierenden Interpretation. Zudem würden weitere Beobachtungen dieser und vergleichbarer Art möglich, wenn man weitere Attribute für die große Population erfassen würde, so etwa diejenigen, die ich für die kleine Population bereits erfasst habe. Bevor ich zu diesen Ergebnissen komme, sei aber noch kurz ein Blick auf das Verhältnis von großer Population und kleiner Population geworfen und zwar anhand

81 | Blogg dein Buch. http://www.bloggdeinbuch.de (zuletzt eingesehen am 09.10.2013). – Auf der »Über Uns«-Seite wird das Prinzip der Website erklärt: »Auf der einen Seite gibt es mittlerweile zahlreiche Verlage, die einen Internetauftritt haben und viel Zeit damit verwenden, sich eine Community aufzubauen. Auf der anderen Seite existieren bereits viele gut besuchte Blogs, die eine Menge Menschen erreichen. Mit Blogg dein Buch verbinden wir diese beiden Gruppen, sprich: Verlage geben Bloggern kostenlose Rezensionsexemplare zum Lesen und Blogger rezensieren als Gegenleistung diese Bücher auf ihrer Website. Auf diese Weise verhelfen wir uns gegenseitig zu mehr Besucherzahlen und einer verbesserten Suchmaschinenplatzierung!« (http://www.bloggdeinbuch.de/ueberuns/ – zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

82 | Informationsfeld »Über diesen Blog« auf der Startseite des *LovelyBooks Blog,* http://blog.lovelybooks.de (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

der im Zurückliegenden diskutierten Attribute, die ja – insofern die kleine Population ein Teil der großen ist – für beide erhoben wurden. Schaut man noch einmal auf Abb. 3 (siehe Anhang), in der all jene Knoten markiert sind, die eines oder mehrere der oben angeführten Attribute (also ›dead‹, ›kein Bücherblog‹, ›Autorensite‹, ›Fansite‹, ›kommerziell‹ und ›angloamerikanisch) tragen, dann zeigt sich, dass nur eines der Blogs aus der kleinen Population (großer Knoten und die 48 mittelgroßen Knoten) kein deutschsprachiges Bücherblog ist, nämlich das US-amerikanische Bücherblog mit der Nummer 29 in der rechten oberen Ecke. Während also, wie oben ausgeführt, bei der großen Population insgesamt 37,1% der erfassten URLs keine aktiven deutschsprachigen Bücherblogs sind, sind es bei der kleinen Population nur 2% (N = 49). Die kleine Population, das Ego-Netzwerk des *first contact*-Blogs, scheint also ein besonders homogener Bereich dieses YA-Bücherblogotops zu sein.[83]

3.3.2 Attributive Daten der kleinen Population

Auch insofern ist es sinnvoll, sich diese kleine Population etwas näher anzuschauen. Entsprechend wurden für diese Population insgesamt 16 weitere Attribute erhoben. Auch bei diesen attributiven Daten ging es mir nicht um eine dichte Beschreibung, sondern gewissermaßen um eine Beobachtung aus mittlerer Distanz, die insbesondere quantifizierbare Daten erfasst. Konkret waren es folgende Attribute, auf die hin die 49 Blogs ›befragt‹ wurden.

1. Anzahl der Bloggerinnen, die das Blog betreiben
2. Geschlecht der Bloggerinnen bzw. der Blogger
3. Alter der Bloggerinnen
4. Ausbildung/berufliche Tätigkeit der Bloggerinnen

Während diese Attribute die Person(en) ›hinter‹ dem Blog fokussieren, zielen die folgenden Fragen vor allem auf die Blogging-Praxis.

5. In welcher Sprache ist das Blog verfasst?
6. Seit wann besteht das Blog?
7. Wie oft wurde das Blog besucht?
8. Wie viele Posts wurden bisher veröffentlicht?
9. Wann wurde der letzte Post veröffentlicht?
10. Auf welcher Plattform ist das Blog gehostet/mit welcher Software wird es betrieben?

Mit der nächsten Frage ging es mir um die Genre-Ausrichtung des Blogs:

11. Welchen Genres sind die letzten drei rezensierten Bücher zuzuordnen?

Ein vorletztes Fragenset richtete die Aufmerksamkeit auf andere Formen der Vernetzung, als ich sie mit der Blogrollanalyse erfasst hatte; hier hätte es viele Möglichkeiten gegeben, ich entschied mich für folgende (und ließ damit zum Beispiel *Twitter* außen vor):

---

83 | Damit sei allerdings nicht gesagt, dass wir uns hier im ›Zentrum‹ dieses Blogotops befinden; denn nicht nur ist bei einer solchen räumlichen Metapher die oben angemahnte Vorsicht geboten, auch ist es angesichts der Unvollständigkeit der Datenerhebung durchaus möglich, dass es Bereiche gibt, für die sich, etwa aufgrund formal gewonnener netzwerkanalytischer Maßzahlen, die Zentrumsmetapher wesentlich besser eignet (zum Beispiel weil die dort versammelten Blogs hohe Zentralitätsmaßzahlen aufweisen). Und dennoch: Diese kleine Population aus 49 Bücherblogs ist ein Bereich, in dem sich das YA-Bücherblogging in bemerkenswerter Reinkultur zeigt.

12. Falls das Blog bzw. die Bloggerin sichtbar (z.B. über ein Plugin/Widget in der Sidebar des Blogs) auf *Facebook* präsent ist: Wie viele ›Freunde‹ hat es/sie dort?
13. Falls das Blog über *BlogConnect* vernetzt ist: Wie viele Kontakte (Follower) hat es dort?
14. Falls das Blog über *Google Friend Connect* vernetzt ist: Wie viele Kontakte (Follower) hat es dort?

Schließlich interessierte mich, ob die *Amazon*-Kundenrezensions-Aktivität meiner *first contact*-Bloggerin ein Einzelfall war.

15. Falls die Bloggerin als Rezensentin auf *Amazon* aktiv ist: Wie viele Rezensionen hat sie dort verfasst?
16. Falls die Bloggerin als Rezensentin auf *Amazon* aktiv ist: Welchen ›Rezensentenrang‹ weist sie im *Amazon*-internen Ranking auf?

Grundsatz bei der Erhebung all dieser Daten war, dass kein direkter Kontakt zur Bloggerin aufgenommen werden sollte; alle Daten sollten sich durch Analyse des Blogs erfassen lassen.[84] Hinsichtlich der personenbezogenen Daten konnten folgende Ergebnisse gewonnen werden.

1) Anzahl der Bloggerinnen (Bl.), die das Blog betreiben					
Gesamtheit (Blogs)	Mittelwert	1 Bl./Blog	2 Bl./Blog	3 Bl./Blog	4. Bl./Blog
N = 49	1,4	41 Mal	6 Mal	1 Mal	1 Mal

Tabelle 3: Anzahl Bloggerinnen

2) Geschlecht der Bloggerinnen bzw. der Blogger (Prozentwerte gerundet)		
Gesamtheit (Bloggerinnen)	weiblich absolut / Prozent	männlich absolut / Prozent
N = 58	54 / 93%	4 / 7%

Tabelle 4: Geschlecht Bloggerinnen

3) Alter der Bloggerinnen (Mittelwert gerundet)				
Gesamtheit (Bloggerinnen)	Mittelwert	Standardabw.	älteste	jüngste
N = 33	21 Jahre	4,23	33 Jahre	15 Jahre

Tabelle 5: Alter Bloggerinnen

84 | Das hat einige Konsequenzen: Zum einen konnten bei Weitem nicht in allen Fällen entsprechende Daten erhoben werden; manche Bloggerin zeigt sich zum Beispiel in einem ›Über mich‹-Bereich besonders auskunftsfreudig, manche gibt nahezu keine privaten Daten preis; manches Blog präsentiert offensiv statistische Daten wie Besucherzahlen, andere verzichten auf die Einbettung entsprechender Zähler usw. Zum anderen ist, gerade was die personenbezogenen Daten angeht, stets zu bedenken, dass wir es hier bereits mit einer Form der Selbstinszenierung zu tun haben, die sich auf der Grundlage des Blogs nicht oder kaum auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüfen lässt.

4) Ausbildung/berufliche Tätigkeit der Bloggerinnen (Prozentwerte gerundet)				
Gesamtheit (Bloggerinnen)	Schülerin absolut / Prozent	Azubi absolut / Prozent	Studentin absolut / Prozent	Angestellte absolut / Prozent
N = 29	8 / 27%	7 / 24%	12 / 41%	2 / 7%

Tabelle 6: Ausbildung/Tätigkeit Bloggerinnen

Ein YA-Bücherblog wird nach diesen Daten prototypisch von einer allein bloggenden einundzwanzigjährigen Studentin geführt.

Zieht man die anderen Daten hinzu, lässt sich des Weiteren über das von ihr betriebene Blog sagen: Es kommt nicht nur aus Deutschland, sondern ist auch in deutscher Sprache verfasst (neben der US-amerikanischen Bloggerin schreibt nur eine Bloggerin aus der kleinen Population konsequent in englischer Sprache), es besteht seit etwa zwei Jahren und wurde seitdem knapp 120.000 Mal aufgerufen; in diesen zwei Jahren erschienen über 350 Posts, der letzte am Tag der Datenerhebung. Betrieben wird das Blog schließlich mit großer Wahrscheinlichkeit mittels des zum Google-Konzern gehörenden Software- und Hostingdienstes Blogger.

5) In welcher Sprache ist das Blog verfasst?		
Gesamtheit (Blogs)	deutsch	englisch/amerikanisch
N = 49	47 Blogs	2 Blogs

Tabelle 7: Sprache des Blogs

6) Seit wann besteht das Blog? (Mittelwert und Standardabw. gerundet)				
Notiz: Grundlage der Datenerhebung war eine Auswertung des Blogarchivs, sofern vorhanden.				
Gesamtheit (Blogs)	Mittelwert	Standardabw.	ältestes	jüngstes
N = 45	24,5 Monate	9,2	52 Monate	8 Monate

Tabelle 8: Bestehen des Blogs

7) Wie oft wurde das Blog besucht?				
Notiz: Grundlage der Datenerhebung war, sofern implementiert, ein Counter-Widget auf dem Blog. Nicht immer war jedoch zu entscheiden, ob dieser Counter *page impressions* oder *unique visitors* zählt; in der Regel zählen die Counter allerdings »Besucher«, also *unique visitors*. Gleichwohl sind die hier präsentierten Daten angesichts der nicht in jedem Fall eindeutigen Angaben eher als Tendenzwerte zu betrachten.				
Gesamtheit (Blogs)	Mittelwert	Standardabw.	meiste	wenigste
N = 34	118.692	129.456	686.849	10.964

Tabelle 9: Besucher des Blogs

8) Wie viele Posts wurden bisher veröffentlicht?				
Notiz: Grundlage der Datenerhebung war eine Auswertung des Blogarchivs, sofern vorhanden.				
Gesamtheit (Blogs)	Mittelwert	Standardabw.	meiste	wenigste
N = 41	358 Posts	213	936 Posts	18 Posts

Tabelle 10: Veröffentlichte Posts

9) Wann wurde der letzte Post veröffentlicht? (Woche = W.; Monat = M.)					
Notiz: Alle Daten wurden an einem Tag erhoben; es handelt sich bei diesen Werten also um das Ergebnis einer Stichprobe. Verlässliche Daten über die Blogging-Frequenz bedürften der längerfristigen Beobachtung.					
Gesamtheit (Blogs)	heute	letzte W.	vorletzte W.	3 oder 4 W.	mehr als 1 M.
N = 49	17 Blogs	14 Blogs	5 Blogs	5 Blogs	8 Blogs

Tabelle 11: Letzter Post

10) Auf welcher Plattform ist das Blog gehostet/mit welcher Software wird es betrieben?				
Gesamtheit (Blogs)	Blogger	Wordpress	Tumblr	UTF-8 CuteNews
N = 49	46 Blogs	1 Blog	1 Blog	1 Blog

Tabelle 12: Plattform/Software

Die Daten weisen auf einige, allerdings der näheren Untersuchung bedürfende Aspekte der Blogging-Praxis in diesem Bücherblogotop hin. So scheinen diese Blogs in der Regel ein Publikations- und Kommunikationsmedium für eine gewisse Zeitspanne im Leben zu sein, in der sie dann sehr intensiv genutzt werden: Nimmt man die Mittelwerte für den Zeitraum des Bestehens (6) und die Anzahl der veröffentlichten Posts (8), dann wird im Durchschnitt ungefähr jeden zweiten Tag ein Post veröffentlicht (358 Posts in ca. 24 Monaten). Interessant wären in diesem Zusammenhang weitere Analysen, die zum Beispiel gezielt solche Blogs betrachten könnten, die (vorübergehend oder dauerhaft) stillgelegt wurden; zu untersuchen wäre hier nicht zuletzt auch die Rhetorik und Semantik der ›Abschiedsposts‹ vom Blogging.

Zu der Beobachtung, dass Bücherblogging in diesem Feld ein zeitweise sehr intensives Lebensphasenphänomen ist, könnte auch passen, dass die meisten der hier untersuchten Blogs von relativ jungen Bloggerinnen betrieben werden, die sich noch in der Ausbildung befinden und damit, so könnte man sagen, in einer meist späten Adoleszenzphase. Literatur scheint, jedenfalls für diese Bloggerinnen, in dieser Phase – doch damit betritt man den Bereich der Spekulation – eine wichtige Funktion für die kommunikativ soziale Identitätsfindung und -bildung innerhalb von Peergroups zu übernehmen. Aber hier wären qualitative Untersuchungen anzuschließen, die auch auf die emphatische Rhetorik eingehen könnten, mit der diese Bloggerinnen von Büchern und vom Lesen sprechen (typisch ist die Rede von ›Liebe‹ in Zusammenhang mit Büchern; immer wieder bezeichnen sich die Bloggerinnen auch als ›bookaholics‹).

Ein weiterer Fragenkomplex zielte auf andere Formen der sozialen Vernetzung als die mittels der Blogrollanalyse erfasste; zudem ging es mit diesen Fragen darum, zumindest eine ungefähre Vorstellung von der Reichweite dieser YA-Bücherblogs zu bekommen.

11) Falls das Blog bzw. die Bloggerin sichtbar (z.B. über ein Plugin/Widget in der Sidebar) auf *Facebook* präsent ist: Wie viele ›Freunde‹ hat es dort?				
Gesamtheit (Blogs)	Mittelwert	Standardabw.	meiste	wenigste
N = 32	254 Freunde	223	786 Freunde	16 Freunde

Tabelle 13: Facebook-Kontakte

12) Falls das Blog über *BlogConnect* vernetzt ist: Wie viele Kontakte (Follower) hat es dort?				
Gesamtheit (Blogs)	Mittelwert	Standardabw.	meiste	wenigste
N = 29	109	64	293	26

Tabelle 14: BlogConnect-Follower

13) Falls das Blog über Google Friend Connect vernetzt ist: Wie viele Kontakte (Follower) hat es dort?				
Gesamtheit (Blogs)	Mittelwert	Standardabw.	meiste	wenigste
N = 46	396	330	2135	36

Tabelle 15: Google Friend Connect-Follwer

14) Falls die Bloggerin (Bl.) als Rezensentin auf *Amazon* aktiv ist: Wie viele Rezensionen hat sie dort verfasst?				
Gesamtheit (Bl.)	Mittelwert	Standardabw.	meiste	wenigste
N = 16	130	86	368	42

Tabelle 16: Amazon-Rezensionen

15) Falls die Bloggerin als Rezensentin auf *Amazon* aktiv ist: Welchen ›Rezensentenrang‹ weist sie im *Amazon*-internen Ranking auf?				
Gesamtheit (Blogs)	Mittelwert	Standardabw.	höchster	niedrigster
N = 16	4.924	4857	816	20.256

Tabelle 17: Amazon-Rezensentenrang

Die Netzwerke dieser Freunde und Follower näher zu bestimmen, insbesondere auch mit Blick auf die Frage, wie viele der (häufig) öffentlich einsehbaren Follower aus dem Kreis des YA-Bücherblogotops stammen, bleibt Aufgabe weiterer Forschungen. Die Zahlen sollen hier nur deutlich machen, dass wir es im Fall der untersuchten YA-Bücherblogs mit einer auf vielen verschiedenen Ebenen, mit diversen Kommunikations- und Vernetzungsangeboten operierenden *community* zu tun haben. Darüber hinaus können die zur *Amazon*-Aktivität erhobenen Daten einige der oben angeführten Überlegungen stützen. Denn bei den Kundenrezensionen, die immerhin ein Drittel (16 von 49) der Bloggerinnen auf *Amazon* veröffentlichen, handelt es sich – das legen nicht-repräsentative Stichproben nahe – in der Regel um eben jene Rezensionen, die zuerst auf den Blogs erschienen sind, also in einem ganz bestimmten, durch Design, Selbstdarstellung der Bloggerin, Verlinkung auf andere Blogs und Bloggerinnen etc. charakterisierten Kontext. Bei Wiederveröffentlichung auf *Amazon* geht dieser soziale Kontext jedoch verloren. Die Rezension verlässt das Milieu, aus dem sie hervorgegangen ist, in das hinein sie geschrieben wurde – und scheint sich nun prinzipiell an alle zu richten. Doch auch zu diesen Mechanismen der De- und Rekontextualisierung wären weitere Studien erst noch durchzuführen.

Ein für die kleine Population erhobenes Attribut wurde noch nicht angesprochen, und zwar die Genres der rezensierten Bücher. Mit der Erhebung dieses Attributs verbunden ist eine der zentralen Thesen, die aus meiner Beschäftigung mit diesen Blogs heraus entstand – und ebenfalls der weiteren Überprüfung bedarf. Gemeint ist die Überlegung, dass wir es im Fall der Bücherblogs nicht nur mit einer großen Bücherblogosphäre zu tun haben, sondern, darin eingebettet, mit kleineren Bücherblogotopen, von denen einige in hohem Maße generisch fokussiert sind. In solchen generischen Blogotopen könnten sich dabei – im Sinne einer freilich unscharfen Korrelation beziehungsweise Homologie von Genres und sozialen Milieus[85] – jeweils spezifische Kommunikations-, Vernetzungs-, Interpretations- und Wertungskulturen entwickeln, die entsprechend differenziert zu betrachten wären.

Die Bearbeitung dieser These bedarf allerdings der umfangreichen Datenerhebung, die bisher noch nicht annähernd geleistet ist. Die folgenden Daten sind denn auch vor allem als ein erster, zur Diskussion stehender Versuch zu betrachten, wie sich die generische Fokussierung von Blognetzwerken empirisch nachweisen ließe. Dabei bin ich folgendermaßen vorgegangen: Von den Blogs der kleinen Population (N = 49) wurden die drei zuletzt rezensierten Bücher erfasst, also insgesamt 147 Bücher. Um die Genre-Metadaten zu erhalten, konnte leider nicht auf das insgesamt zuverlässigste Werkzeug, also wissenschaftliche Onlinekataloge, wie zum Beispiel den Katolog der Deutschen National Bibliothek, zurückgegriffen werden, da Genres hier, aus guten Gründen, in der Regel nicht erfasst werden. Und auch die von den Bloggerinnen mitunter selbst im Kopf der Rezensionen – neben Angaben zum Verlag, zum Preis etc. – vermerkten Genrezuordnungen kamen nicht in Frage, zum einen, weil sie bei Weitem nicht auf allen Blogs erfolgten, zum anderen, weil hier immer wieder auch idiosynkratische Genrezuschreibungen zu beobachten waren. Um einen allgemeinen Referenzpunkt zu erhalten, entschied ich mich deshalb, auf das Kategorisierungssystem

85 | Eine solche Korrelation bzw. Homologie zwischen Genres und sozialer Verortung der Rezipienten ließe sich zum Beispiel mittels der Feldtheorie von Pierre Bourdieu konzeptualisieren; vgl. dazu meine Überlegungen zum Konzept der ›generischen Felder‹ in dem demnächst erscheinenden Aufsatz Peer Trilcke: »Pustkuchens Feldzug 1821ff. Die Pseudo-*Wanderjahre* in der Feldgeschichte des Bildungsromans. Mit einem Vorschlag zur Konzeptualisierung von Gattungen als generische Felder«, dessen Publikation in einem von Elisabeth Böhm und Katrin Dennerlein herausgegebenen Sammelband zur Tagung *Der Bildungsroman im literarischen Feld. Neue Perspektiven auf eine Gattung mit Bourdieus Feldtheorie* (Bayreuth, 19.–21.4.2013) in Vorbereitung ist.

von *Amazon* (amazon.de) zurückzugreifen, das auf den Produktseiten in der Rubrik »Ähnliche Artikel finden« angezeigt wird. Als zweite Referenz zog ich zudem das Kategorisierungssystem von bol.de hinzu; auch hier wird die Kategorie auf der Produktseite im Feld »Ähnliche Artikel finden« angegeben. In den meisten Fällen werden in diesen Feldern allerdings, und zwar sowohl bei *Amazon* als auch bei bol.de, mehrere Kategorisierungen vorgeschlagen. Als Beispiel führe ich die Kategorisierungen des Romans *Das verbotene Eden. David und Juna* von Thomas Thiemeyer an (München, Droemer Knaur 2012), ein Buch, das mehrfach in den untersuchten Blogs rezensiert wurde. *Amazon* verortet dieses Buch in folgenden Kategorien:

> Bücher > Kinder- & Jugendbücher > Nach Ländern > Europa > Deutschland
>
> Bücher > Kinder- & Jugendbücher > Romane & Erzählungen > Fantasy & Science Fiction[86]

Bei bol.de werden hingegen folgende Kategorien angegeben:

> Bücher > Jugendbücher > Nach Alter > ab 12 Jahre
>
> Bücher > Jugendbücher > Romane & Erzählungen
>
> Bücher > Jugendbücher > Fantasy & Science Fiction[87]

Ganz befriedigend ist diese Einordnung, sichtet man etwa die *Amazon*-Kundenrezensionen oder die Kundenlisten, auf denen das Buch geführt wird, nicht: Dort wird es häufig explizit dem »dystopische[n] Genre« zugeordnet.[88] Doch das hier gewählte Genrezuordnungsverfahren bietet zumindest einen ersten und vor allem standardisierten Ansatz.

Ausgewählt wurden von den Kategorisierungen der Onlineversandhändler jeweils nur die spezifischsten.[89] Einigen Büchern wurden dabei mehrere Kategorien zugewiesen;[90] in manchen Fällen wurden Bücher auf einem der Portale nicht geführt. Das Ergebnis sieht folgendermaßen aus (K&Jb = Kinder- und Jugendbücher; Jb = Jugendbücher; Kb = Kinderbücher); verzeichnet ist jeweils, wie häufig die entsprechende Kategorie erfasst wurde.

---

86 | Zitiert nach der *Amazon*-Produktseite: http://www.amazon.de/dp/3426283603 (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

87 | Zitiert nach der bol.de-Produktseite: http://www.bol.de/shop/home/suchartikel/ID28943371.html (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

88 | So z.B. in der Kundenrezension der Top 100-Rezensentin Anette1809 auf der *Amazon*-Produktseite: http://www.amazon.de/dp/3426283603 (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

89 | So wurden Länderzuordnungen grundsätzlich nicht beachtet; auch konkrete Altersangaben wurden außen vor gelassen. Darüber hinaus habe ich, insofern dies nicht bereits die spezifischste Angabe war, die Kategorisierung als »Romane & Erzählungen« missachtet. Beachtet habe ich hingegen die Einordnung in die Segmente »Kinder- & Jugendbücher«, »Jugendbücher« und »Kinderbücher«. Für das oben angeführte Beispiel bedeutet das konkret: Als *Amazon*-Kategorisierung wurde »Kinder- & Jugendbücher > Fantasy & Science Fiction« angesetzt, als bol.de-Kategorisierung »Jugendbücher > Fantasy & Science Fiction«.

90 | Dies geschah in jenen Fällen, in denen signifikante Unterschiede zwischen den Kategorisierungen bestanden, z.B. wenn ein Buch bei bol.de sowohl unter »Bücher > Belletristik > Krimis & Thriller > Horror« als auch unter »Bücher > Kinder- & Jugendbücher > Jugendbücher« eingeordnet wurde; hier wurden dann die Kategorien »Horror« und »Jugendbücher« vermerkt.

16) Welchen Genres sind die letzten drei rezensierten Bücher zuzuordnen?			
amazon.de		bol.de	
K&Jb	55	Jb	40
Gegenwartsliteratur	15	Jb > Fantasy & Science Fiction	38
Liebesromane	12	Romane & Erzählungen	14
K&Jb > Fantasy & Science Fiction	10	Fantasy & Science Fiction	7
Fantasy	9	Vampirromane	6
Fantasy & Science Fiction	6	Jb > Krimis & Thriller	5
Krimis & Thriller	5	Thriller	5
Vampirromane	4	Fantasy	4
Jb > Mystery	3	Kb > Bilderbücher	3
K&Jb > Bilderbücher	3	Erotik	2
Erotik	2	K&Jb	2
Historische Romane	2	Krimis & Thriller	2
Horror	2	Horror	2
Jb > Liebe & Romantik	2	Liebesromane	2
Romane & Erzählungen	2	Romane	2
Science Fiction	2	Historische Romane	1
Science Fiction, Fantasy, & Magie	2	Jb > Fantasy & Science Fiction > Elfenromane	1
Klassiker	1	Jb > Romane & Erzählungen	1
Populäre Belletristik	1	Kb	1
Humor	1	Kb > Abenteuergeschichten	1
Jb > Horror	1	Kochen & Backen	1
Jb > Krimis & Thriller	1		
Jb > Science Fiction & Fantasy	1		
K&Jb > Romane & Erzählungen	1		
Kb	1		
Kochen & Genießen	1		
Liebe & Romantik	1		
Liebesromane & -erzählungen > Historisch	1		
Liebesromane & -erz. > Zeitgenössisch	1		
Mystery	1		
N = 149		N = 140	

Tabelle 18: Genrekategorisierung der zuletzt rezensierten Bücher

Die Ergebnisse lassen sich noch weiter zu Gruppen zusammenfassen. Eine Möglichkeit besteht darin, die explizit als ›Kinderbücher‹, als ›Kinder- & Jugendbücher‹ und als ›Jugendbücher‹ kategorisierten Titel als Gruppe zu betrachten. Für die *Amazon*-Kategorisierung ergibt sich dann, dass insgesamt 52,3% der Bücher diesem Segment zuzuordnen

sind (N = 149; Anzahl 78); für die bol.de-Kategorisierung sind es sogar 65,7% (N = 140; Anzahl 92).

Eine andere Möglichkeit ist die thematische Gruppenbildung. Hier kann man zum Beispiel zu folgenden Ergebnissen kommen; die zweite Spalte nennt neben dem absoluten Wert jeweils auch den prozentualen Anteil an den insgesamt zugewiesenen Kategorien:

17) Welchen Genres sind die letzten drei rezensierten Bücher zuzuordnen?				
amazon.de			bol.de	
Fantasy, Science Fiction, Mystery	38 / 25,5%		Fantasy, Science Fiction, Mystery	56 / 40%
Liebesroman & Erotik	19 / 12,7%		Krimi, Thriller, Horror	14 / 10%
Krimi, Thriller, Horror	9 / 6%		Liebesroman & Erotik	4 / 2,9%
Historische Romane	2 / 1,3%		Historische Romane	1 / 0,7%
Humor	1 / 0,7%		Kochen	1 / 0,7%
Kochen	1 / 0,7%			
Klassiker	1 / 0,7%			

Tabelle 19: Genrekategorisierung (gruppiert) der zuletzt rezensierten Bücher

Die Dominanz von Texten aus der Gruppe ›Fantasy, Science Fiction, Mystery‹ ist deutlich. Noch deutlicher wird sie, wenn man ihren prozentualen Anteil nur mit Blick auf die thematischen Kategorien berechnet: In diesem Fall steigt dieser Anteil nach dem *Amazon*-Kategorisierungssystem auf 53,5% (N = 71), nach dem von bol.de sogar auf 73,7% (N = 76). Darüber hinaus sind die Bücher, die von den Bloggerinnen der kleinen Population gelesen werden, sehr häufig durch eine spezifische, in der *community* als ›Dystopie‹, ›Romantasy‹ oder ›Urban Fantasy‹ bezeichnete Form der Genremischung charakterisiert, bei der Elemente der Fantasy- oder Science Fiction-Literatur mit Thrillerstrukturen und *love story*-Handlungen kombiniert werden.

Jedenfalls für die kleine Population lässt sich auf der Grundlage dieser Daten somit schließlich auch eine relativ stark ausgeprägte generische Homogenität konstatieren. Ob dem auch gemeinsame Interpretations- und Aufmerksamkeitsmuster oder axiologische Werte korrespondieren, müssten Auswertungen der Rezensionen zeigen. Zu vermuten ist aber, dass gerade der geteilte generische Fokus ein wichtiger Faktor bei der Bildung und Vernetzung der *community* ist.

3.4 Grenzen und Ausmaße des Blogotops. Weiterführende Beobachtungen

Insbesondere die Ausführungen zur kleinen Population haben aus der Deskription heraus eine begrifflich noch immer etwas unscharfe Vorstellung davon zu geben versucht, was ich mit der Bezeichnung ›Blogotop‹ erfassen und für die weitere, differenzierte Erforschung im Rahmen einer Literatursoziologie des Internets konzeptualisieren möchte. Blogotope sind dabei gewissermaßen durch ein Wechselspiel aus dem sozialen Profil und den habituellen Dispositionen (Alter, sozialer Status, Lektürevorlieben, Interpretationsmuster, Wertehorizonte etc.) der Bloggerinnen auf der einen Seite und den teils daraus

resultierenden, teils diese forcierenden Vernetzungsstrukturen beziehungsweise Mechanismen der Gruppenbildungen auf der anderen Seite charakterisiert. Ein Blogotop ist eine Art Habitat, in das sich jemand nur dann einfügt und in dem sich jemand nur dann ›wohlfühlt‹, wenn er in dieses Habitat aufgrund vorgängiger Dispositionen prinzipiell passt, wobei er sich zugleich, indem er sich einfügt, in bestimmter Hinsicht an dieses Habitat anpasst, Verhaltensweisen übernimmt und so weiter. Blogotope haben dabei, wie im Fall der kleinen Population, Bereiche, in denen sich recht homogen agierende Akteure befinden. Und Blogotope haben Grenzbereiche, in denen sie sich überlagern mit anderen Blogotopen.

Um solche Grenzbereiche zumindest exemplarisch in den Blick zu nehmen, hatte ich, wie oben berichtet, stichprobenartig einen tertiären Ring um das *first contact*-Blog gezogen. Denn im primären Ring, also in den Blogs der kleinen Population, gab es einen Grenzbereich nur insofern, als dort das US-amerikanische Blog 29 auftauchte, das – wie die Erhebung des sekundären Rings zeigte – den Übergang zu einem nichtdeutschsprachigen YA-Bücherblogotop markierte (vgl. die orangenen Knoten rechts oben in Abb. 4 im Anhang). Aus netzwerkanalytischer Sicht ließen sich diese Grenz- und Übergangsbereiche zwischen Blogotopen mittels des Konzepts der ›strukturellen Löcher‹ konzeptualisieren,[91] wobei diese strukturellen Löcher durch einige wenige Blogs überbrückt werden, wohingegen die *meisten* Blogs aus einem Blogotop sich auf Verlinkungen innerhalb des Blogotops konzentrieren. Das strukturelle Loch zwischen dem deutschsprachigen YA-Bücherblogotop und dem aus dem angloamerikanischen Sprachraum wird in diesem Sinne ›überbrückt‹ durch Blog 20 und Blog 5, die vergleichsweise viele Kontakte in das angloamerikanische YA-Bücherblogotop aufweisen. Aus dieser strukturellen Brückenposition könnten sich dabei, so die Annahmen der Netzwerkanalyse, positive Effekte etwa beim Informationstransfer ergeben: Entsprechend würde die Bloggerin von Blog 20 vermutlich als eine der ersten vom neuesten YA-Trend aus Amerika erfahren, was ihr Ansehen und Anerkennung innerhalb des deutschsprachigen Blogotops verschaffen könnte.

Grenzbereiche und -blogs wie diese zu identifizieren und damit Phänomene zu beobachten, die bei der weiteren Erkundung und Bestimmung des deutschsprachigen YA-Bücherblogotops von Bedeutung sein werden, war in diesem Sinne das Ziel der stichprobenartigen Erhebung von URLs, die einen tertiären Ring um den *first contact*-Blog bilden. Die Ergebnisse, die hier nur kurz kommentiert werden brauchen, bestätigen beziehungsweise ergänzen das, was bereits hinsichtlich des Grenzbereichs zwischen dem deutschen und dem angloamerikanischen YA-Bücherblogotop beobachtet wurde. An mehreren Stellen zeigt die Erfassung von URLs auf dem tertiären Ring, dass wir hier tatsächlich in einen anderen Bereich, womöglich in ein anderes Blogotop, geraten.

In Abb. 6 (siehe Anhang) sind jene Knoten und Kanten orange hervorgehoben, die bei der Blogroll-Auswertung der auf dem sekundären Ring liegenden Blogs mit den Nummer 211, 279, 576 und 662 erfasst wurden. Für alle vier Blogrolls ist charakteristisch, dass die in ihnen enthaltenen Links vorwiegend auf Webpräsenzen verweisen, die zuvor nicht erfasst wurden. Deutlich einem anderen Blogotop zugehörig sind dabei das Blog 576 am linken Rand der Netzwerkkarte (ein teils privat, teils kommerziell agierendes Foto- und Reiseblog) sowie das Blog 662, das sich leicht nach rechts versetzt über Blog 576 befindet (ein ebenfalls teils privat, teils kommerziell agierendes DIY-Blog). Mit Blog 211 am oberen Rand der Netzwerkkarte wurde darüber hinaus ein weiteres Bücherblog

91 | Einführend dazu Nicoline Scheidegger: »Strukturelle Löcher«. In: Christian Stegbauer u. Roger Häußling (Hg.): *Handbuch Netzwerkforschung*. Wiesbaden 2010, S. 145–155; grundlegend Ronald Burt: *Structural Holes. The Social Structure of Competition*. Cambridge/MA 1992.

aus dem US-amerikanischen Raum erfasst, das entsprechend mit dem anderen US-amerikanischen Bücherblog in der linken oberen Ecke ein Set verlinkter Webpräsenzen gemeinsam hat. Vor dem Hintergrund der Frage nach der generischen Fokussierung ist die Verlinkung von Blog 279 interessant, das sich unterhalb des US-amerikanischen Blogs 211 befindet: Dieses Blog ist primär dem Genre ›Horror‹ gewidmet, was die nur wenigen Links zurück in das primär YA-orientierte Blogotop erklärt.

Derartige Phänomene werden bei der Erkundung und letztlich vielleicht distinkten Beschreibung des deutschsprachigen YA-Bücherblogotops wie auch der zahlreichen anderen, auch andersgenerischen Bücherblogotope aufzusuchen sein, um die Grenzen und Ausmaße der Blogotope zu bestimmen und damit vollständige, d.h. abgegrenzte Netzwerke definieren zu können, anhand derer sich dann unter anderem formal netzwerkanalytische Berechnungen durchführen ließen. Mit welchen Dimensionen in diesem Zusammenhang zu rechnen ist, davon habe ich heute noch keine Vorstellung. Eine der anderen Stichproben, mit denen punktuell ein tertiärer Ring um den *first contact*-Blog gezogen wurde, lässt jedenfalls vermuten, dass zahlreiche, durchaus dicht mit dem fokussierten YA-Bücherblogotop vernetzte Blogs von mir noch gar nicht entdeckt wurden. In Abb. 7 (siehe Anhang) sind die Knoten und Kanten, die bei der Analyse der Blogroll des sekundären Blogs 50 gewonnen wurden, orange hervorgehoben. Auffällig ist, dass – anders als bei den eben betrachteten Grenzbereichblogs – nur vergleichsweise wenig neue Webpräsenzen hinzugekommen sind; die meisten Links verweisen auf Blogs, die bereits zuvor erfasst wurden. Es ist ohne Weiteres möglich, dass sich noch dutzende, ja hunderte Blogs auf ähnliche Weise mitten in diesem deutschsprachigen YA-Bücherblogotop bewegen und der Entdeckung harren.

Dies wird auch nahegelegt durch ein letztes Datenset. Im Zurückliegenden wurde bereits mehrfach darauf hingewiesen, dass die Analyse von Blogrolllinks nur ein möglicher Zugang ist, will man die soziale Vernetzung von Blogs erkunden. Tatsächlich sind die Blogs auf verschiedene Weisen, auch über externe Anbieter, miteinander vernetzt. Neben den Blogrolllinks spielen dabei in der Blogforschung vor allem sogenannte In-Post-Links[92] eine für die Analyse wichtige Rolle, da sie signalisieren, dass ein konkreter Post auf einem anderen Blog von der den Link postenden Bloggerin explizit wahrgenommen wurde. Eine weitere Möglichkeit, solche konkreten Interaktionen zu beobachten, ist die Auswertung von Kommentaren zu Posts, und dies besonders dann, wenn die Kommentare, wie es Googles Blogger-Plattform möglich macht, mit Links zu Profilen der Verfasserinnen versehen werden. Das heißt: Wenn ein Kommentarschreiber es möchte, kann er seinen Kommentar gewissermaßen mit einem indirekten Link zu seinem eigenen Blog signieren.

Eben diese Signaturen wurden nun in einer Stichprobe ausgewertet. Fokussiert wurde wieder das *first contact*-Blog, wobei ich mir die Kommentare unter den letzten fünf Posts angesehen und die Namen beziehungsweise gegebenenfalls die Links der Kommentatoren gesammelt habe. Was damit in den Blick gerät, ist gewissermaßen der Rückkanal des Blogs. Hier signalisiert nicht die *first contact*-Bloggerin, dass sie andere Blogs verfolgt, sondern andere Bloggerinnen dokumentieren, dass sie diesen konkreten Post der *first contact*-Bloggerin wahrgenommen haben. Die Auswertung der Kommentare zu den fünf letzten Posts (darunter ein *community*-adressierendes Gewinnspiel, was unter anderem das hohe Kommentaraufkommen erklärt) erbrachte insgesamt 175 Kommentare von 117 unterschiedlichen Akteuren. 13 dieser Akteure (11,1%) ließen sich einem Blog aus der Blogroll des *first contact*-Blogs zuordnen; 38 Akteure (32,5%) gehörten zu einem

92 | Vgl. die Diskussion im Forschungsreferat von De Maeyer: »Towards a Hyperlinked Society« (Anm. 61).

Blog des sekundären Rings; der größte Teil, nämlich 42 Akteure (35,9%), waren Bloggerinnen, die bisher noch gar nicht erfasst wurden: alles also potenziell, wenn auch nicht notwendig Betreiberinnen weiterer deutschsprachiger YA-Bücherblogs. 24 Akteure (20,5%) waren schließlich offenbar keine Bloggerinnen, jedenfalls verfügten sie über kein Profil mit Verlinkung auf eine eigene Website.

Zum einen geben diese Ergebnisse zumindest eine Idee von der Höhe der Dunkelziffer jener noch nicht erfassten Blogs, mit denen allein der *first contact*-Blog im kommunikativen Austausch steht. Zum anderen ermöglichen sie eine gewiss unsichere und ungenaue Vorstellung von der Zusammensetzung der Leserschaft dieses Blogs, die sich, legt man nur diese Kommentaraktivität zugrunde, zu fast 80% aus anderen Bloggerinnen zusammensetzt. Es ist dies auch ein deutliches Indiz für die Sinnfälligkeit der hier schon mehrfach vertretenen Forderung, dass es notwendig ist, bei der Betrachtung der sekundären literarischen Kommunikation im Netz stets die Kontexte, stets die Milieus, stets die – trotz der prinzipiell weltweiten Publizität der Kommunikate – ziemlich konkrete Adressierung dieser Kommunikation zu berücksichtigen.

4. Statt eines Resümees

Wenn die zurückliegenden Ausführungen – diese noch vorläufigen Darstellungen und tastenden Überlegungen[93] – etwas gezeigt haben, dann ist es wohl auch die Unmöglichkeit, sie ernsthaft mit einem Resümee enden zu lassen. Deshalb will ich diesen Essay mit einigen dezent polemischen Einsprüchen und Ausblicken beschließen. Der erste dieser Einsprüche gilt meinen eigenen Ausführungen.

4.1 Das Web 2.0 als »new media capitalist technique«?

Denn was die blogrollbasierte Analyse, was auch der Streifzug durch die kommunikativen Umwelten der sekundären literarischen Kommunikation im Netz (Abschnitt 2) allzu sehr vernachlässigt hat, das ist die ökonomische Dimension. Nun muss man zwar nicht gleich die Meinung teilen, das Web 2.0 sei im Kern eine »new media capitalist technique of relying upon users to supply and rank online media content, then using the attention this content generates to present advertisements to audiences«[94] – doch sollte die oft hintergründige Dominanz ökonomischer Akteure nicht heruntergespielt werden, einfach weil diese Akteure die Möglichkeiten und Formen der vernetzten Kommunikation massiv mitbestimmen.[95]

---

93 | Dass die quantitative Erhebung noch nicht abgeschlossen ist, wurde bereits mehrmals hervorgehoben; erst ihr Abschluss würde es ermöglichen, die Struktur und den Typus des hier in den Blick genommenen Blogotops genauer zu charakterisieren, zum Beispiel mit Hilfe der unter anderem aufgrund von netzwerkanalytischen Werten und linguistischen Beobachtungen aufgestellten Typologie von Cardon u.a.: »Self Expression as a Relational Technique« (Anm. 55), die zwischen den Typen »Star«, »Clan«, »Community« und »Public« unterscheiden (wobei bereits jetzt einiges darauf hindeutet, dass wir es im vorliegenden Fall mit einer »Community« im Sinne von Cardon u.a. zu tun haben). Weitere qualitative Erhebungen könnten unter anderem systematisch auf das »Analytical Framework« zurückzugreifen, das Jan-Hinrik Schmidt für die Bloganalyse entwickelt hat; vgl. Schmidt: »Blogging Practices« (Anm. 52), der drei Hauptanalyseebenen – »Rules«, »Relations«, »Codes« – unterscheidet.

94 | Preece u. Maloney-Krichmar: »Online Communities« (Anm. 35).

95 | Aus einer buchmarktorientierten Perspektive werden einige dieser Akteure porträtiert bei Ernst Fischer u. Anke Vogel: »Die digitale Revolution auf dem Buchmarkt. Amazon, Apple, Google und die Folgen«. In: Christine Grond-Rieger u. Wolfgang Straub (Hg.): *Literatur und Digitalisierung.* Berlin, Boston 2013, S. 97–142.

Dies zu bedenken, halte ich für eine Pflichtaufgabe der Literatursoziologie des Internets, die nicht in die naiv-euphorischen Gesänge von der Demokratisierung aller Kommunikation durch das Netz einstimmen sollten, sondern gut daran täten, das kapitalismuskritische, und das heißt zunächst lediglich: das kapitalismus*analytische* Auge offen zu halten. Für meine unvollständige Blogotopanalyse bedeutet dies auch, dass die Betrachtung allein jener ökonomischen Akteure, die in den Blogrolls auftauchen, nicht ausreicht, ja im Grunde von einer im besten Fall hoffnungslosen Naivität zeugt. Unbedingt einzubeziehen wären in diesem Sinne all jene Akteure, die die sekundäre literarische Kommunikation in diesem Blogotop überhaupt erst ermöglichen, wie etwa Google, das die technische Infrastruktur für nahezu jedes der untersuchten Blogs bereit stellt, ohne dabei konkret an *literarischer* Kommunikation interessiert zu sein; wichtig ist diesem Akteur vor allem (und das gilt auch für *Facebook*), *dass* kommuniziert wird, *dass* Inhalte produziert wie konsumiert werden und infolge dessen nutzerbezogene Daten erhoben werden können. Um dies zu erreichen, werden die Hürden für die Publikation von Inhalten immer weiter gesenkt; es kann schneller veröffentlicht werden als jemals zuvor, was eben auch Konsequenzen für die Geformtheit der publizierten Texte hat.

Für die Literaturwissenschaft sind allerdings vermutlich andere, konkret auf die sekundäre *literarische* Kommunikation fokussierte Akteure aus der Wirtschaft interessant. Dass *Amazon* auf gewisse Weise mit den Bücherbloggerinnen ›kooperiert‹, indem es den Bloggerinnen eine quasi-massenmediale Distributionsoption für die Rezensionen bereit stellt, wurde bereits erwähnt. Dass zahlreiche der Bücherbloggerinnen im Blogkontext ihrer Rezensionen auf die Produktseiten des Onlineshops verweisen, noch nicht. Gleiches gilt für den Sachverhalt, dass ein zentrales Merkmal der *Amazon*-Kundenrezensionen, nämlich das fünfwertige Stern-Ranking von Produkten, in ganz ähnlicher Weise auf den meisten Bücherblogs zu finden ist, die nur meist keine Sterne, sondern je nach Vorliebe ein bis fünf Herzen, Daumen, Katzen, Feen, Frösche oder auch Pfannkuchen vergeben – hier hat *Amazon*, was zu diskutieren wäre, offenbar einen Wertungsstil kultiviert, der mittlerweile weithin Schule gemacht hat.

Schließlich ist – neben den häufig eher verdeckt agierenden Social Media-Marketingagenturen, die zahlreiche ›Events‹ in dem beobachteten Blogotop organisieren, zum Beispiel Blogtouren von Autoren mit der Möglichkeit zum Interview – auf den für das untersuchte YA-Bücherblogotop vielleicht wichtigsten ökonomischen Akteur hinzuweisen: auf Lovelybooks. Wie eng dessen Interaktion mit den Bücherblogs ist, wäre allerdings Gegenstand einer eigenen Studie. Die zahlreichen Aktionen, Counter und Widgets, die Lovelybooks bereit stellt, sind jedenfalls überaus auffällig – von der Kür des ›Blogs der Woche‹ über ›In diesem Monat gelesene Seiten‹- beziehungsweise ›In diesem Jahr noch, nach individueller Zielvorgabe, zu lesende Bücher‹-Counter bis hin zu Social Reading-Widgets, die sich direkt in das Blog integrieren lassen. Zu studieren wäre im Fall von Lovelybooks dabei vor allem das in hohem Maße behutsame Agieren eines ökonomischen Akteurs, der nahezu nie offensiv seine ökonomischen Interessen zeigt, sondern vielmehr als Förderer und Stimulator der sekundären literarischen Kommunikation auftritt, so indem er Lese-Challenges und andere Wettbewerbe organisiert, bei denen die Bloggerinnen zeigen können, wie viel sie zu lesen vermögen und wie kenntnisreich sie sich über Literatur äußern können. Ein Blogotop, das zeigt das Agieren von Lovelybooks, ist ein sehr sensibler Kommunikations- und Vernetzungsraum; die institutionell nur äußerst schwach gebundenen Bloggerinnen können es schnell verlassen beziehungsweise von außen eingreifende Akteure zurückweisen, wenn diese nicht die Regeln und Konventionen respektieren, nach denen dort interagiert und kommuniziert wird. Diese Logik hat dabei

andere, weniger offensichtliche Weisen der ökonomischen Manipulation hervorgebracht als wir sie aus den Massenmedien kennen. Die Beobachtung dieser ökonomischen Akteure sollte eine Literatursoziologie des Internets nicht allein der Marketingforschung oder gar den Social Media-Abteilungen der großen Konzerne überlassen.

4.2 Für eine offene Forschung

Während dieser erste Einspruch meine eigenen Ausführungen angeht, gelten die anderen, hier abschließend vorzubringenden Einsprüche anderen – und sie sind im Grunde gar keine Einsprüche, sondern nur Plädoyers für eine Forschung der kleinen Schritte, der sensiblen Formulierungen und der mutigen Öffnung für das, was jenseits der sozialen Welten von ›uns‹ Akademikern liegt. Was damit unter anderem gemeint ist, möchte ich anhand einer Textstelle aus einem Aufsatz veranschaulichen, den ich mir hier auch deshalb als ›Zielscheibe‹ wähle, weil er meines Erachtens ohne Zweifel als einer der wichtigsten aktuellen Beiträge zu einer Literatursoziologie des Internets gelten kann. In seiner scharfsinnigen Analyse einiger Mechanismen der sekundären literarischen Kommunikation im Netz stellt Thomas Wegmann fest, »offenbar« gehe es bei der

> Auseinandersetzung mit Literatur im Web 2.0 nicht selten um die bewusste Kultivierung amateur- oder laienhafter Beobachterperspektiven als Alternative zu einem tradierten und institutionalisierten, womöglich gar akademischen Umgang mit literarischen Texten, um die Konstituierung von Freiräumen gegenüber herrschenden Diskursen und ästhetischen Normen.[96]

Das ist, in der zurückhaltenden Formulierung (»offenbar«), in der es dort steht, ohne Frage richtig. Aber es tritt doch mit einem unterschwelligen Gestus der Verallgemeinerung auf (»nicht selten«), der dazu führt, dass die Wirklichkeit der sekundären literarischen Kommunikation ›dort draußen‹ im Netz in ein Licht gerückt, in einen theoretischen Rahmen gestellt wird, der meines Erachtens nur bedingt zur Erhellung der Phänomene beiträgt. Denn was sind eigentlich die »herrschenden Diskurse und ästhetischen Normen«, gegenüber denen sich Akteure wie die beobachteten Bloggerinnen ›Freiräume‹ verschaffen müssten? Ganz sicher nicht die Rezensionen auf *Zeit Online*, deren kritische, mit dem Vorwurf der ›Überintellektualisierung‹ operierende Kommentierung Wegmann als Beispiel für eine solche »bewusste Kultivierung amateur- oder laienhafter Beobachterperspektiven« anführt.[97] Die von Wegmann mit Blick auf diese *Zeit Online*-Rezensionskommentare angeführte Kritik an der ›Überintellektualisierung‹ der Literaturkritik scheint mir vielmehr ein uraltes Phänomen *innerhalb* des intellektuellen Diskurses zu sein – eine Kritik, die auf Portalen wie *Zeit Online* zuweilen sichtbar wird. Dem, was man etwa in dem YA-Bücherblogotop beobachten kann, geht es hingegen kaum um so etwas wie eine »bewusste Kultivierung«, die versucht, sich nun endlich einen ›Freiraum‹ gegenüber »herrschenden Diskursen« zu verschaffen. Denn das dabei womöglich allzu schnell als ›herrschender Diskurs‹ identifizierte Normen- und Wertekonglomerat, das ist doch vermutlich nur der uns selbst ›beherrschende Diskurs‹; die Bloggerinnen, die ich beobachten konnte, scheinen jedenfalls in keinem Moment ›bewusst‹ gegen die akademische oder die sogenannte qualitätsjournalistische Reflexion über Literatur anzuschreiben. Ich fürchte sogar, dass wir denen herzlich egal sind.

Hinter dieser gewiss etwas spitzfindigen Kritik steht ein weiteres Plädoyer, in diesem Fall das Plädoyer fürs Verzichten. Vielleicht verzichten wir bei der Erforschung des

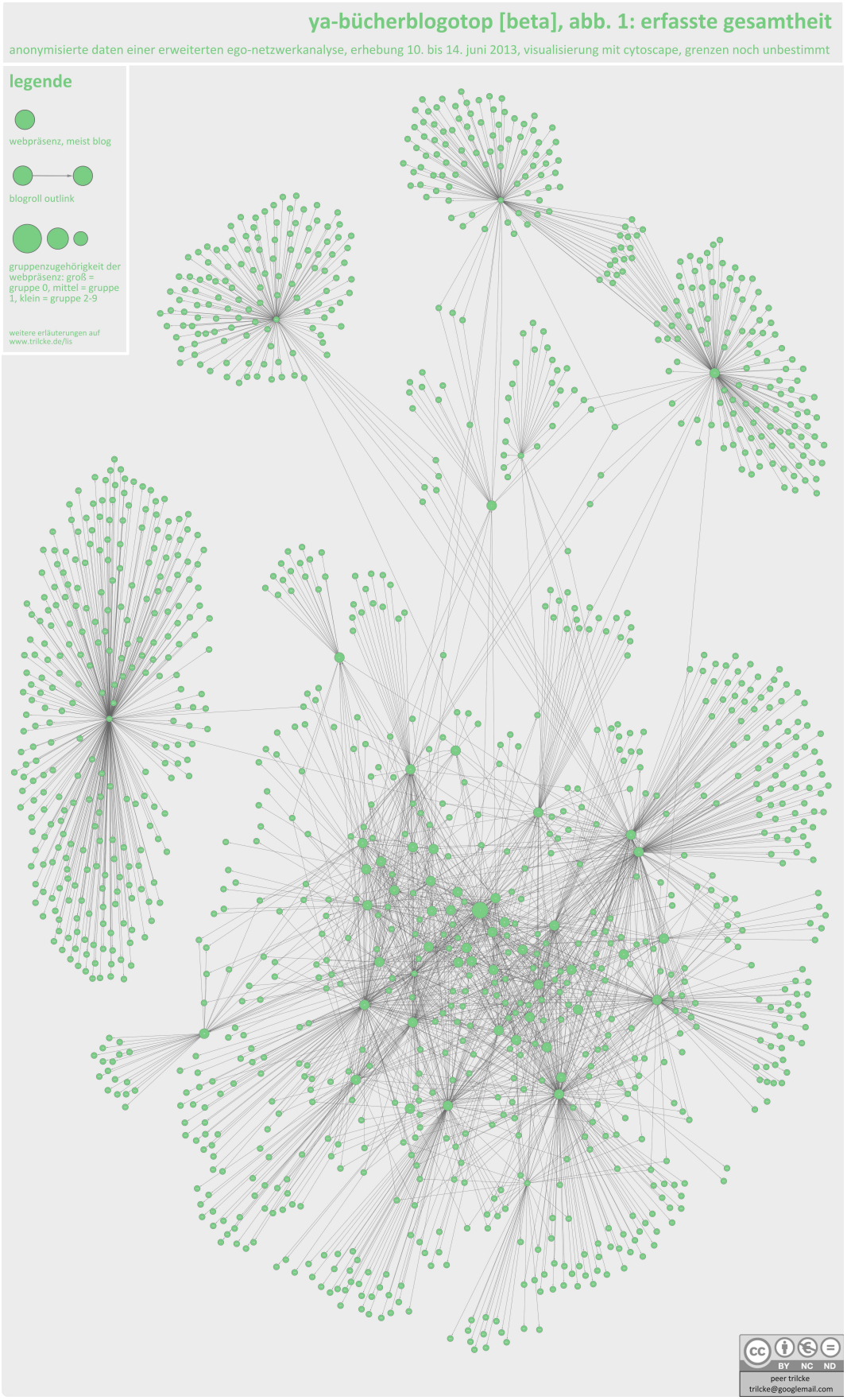
96 | Wegmann: »Warentest und Selbstmanagement« (Anm. 22), S. 283.

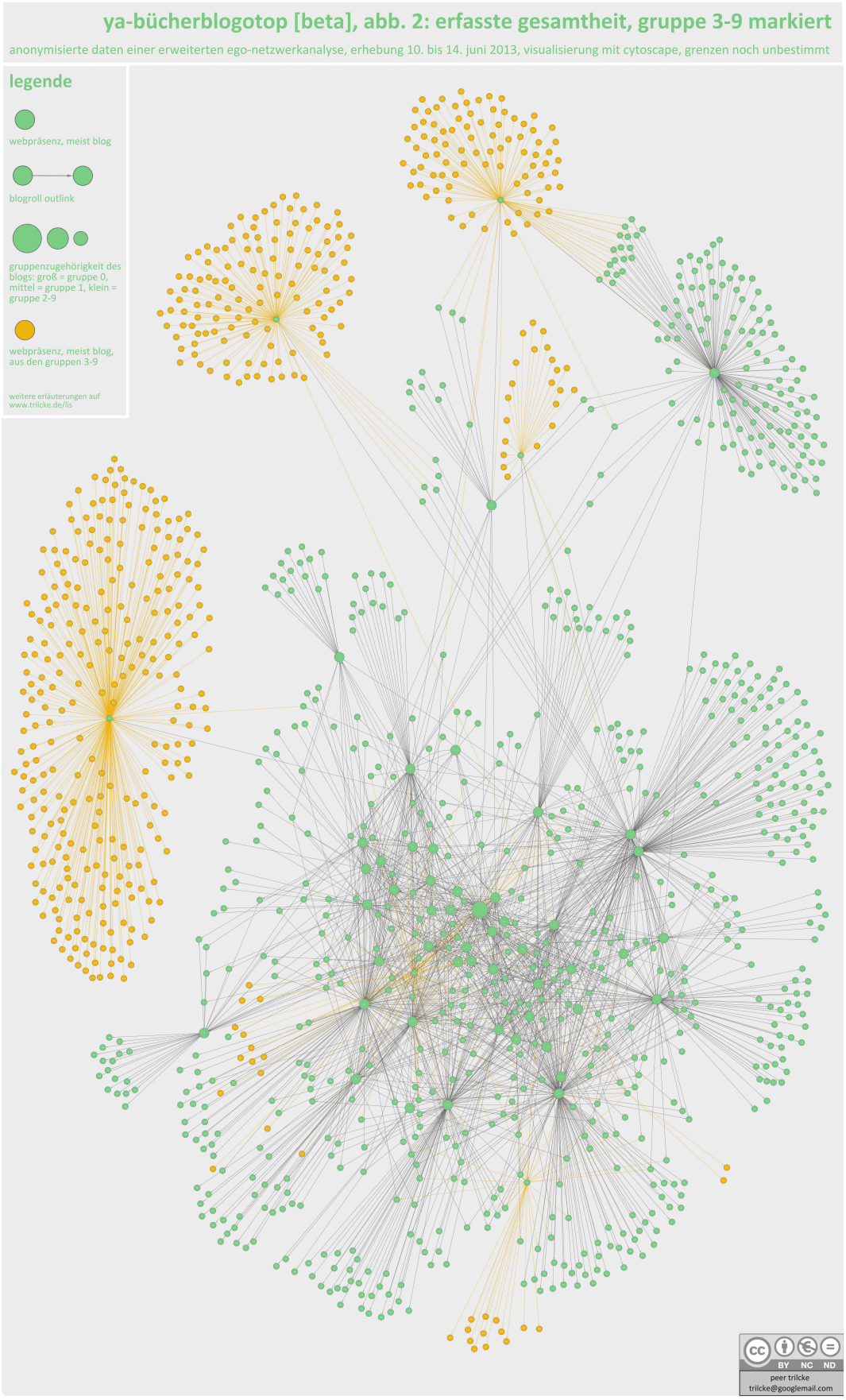
97 | Ebd.

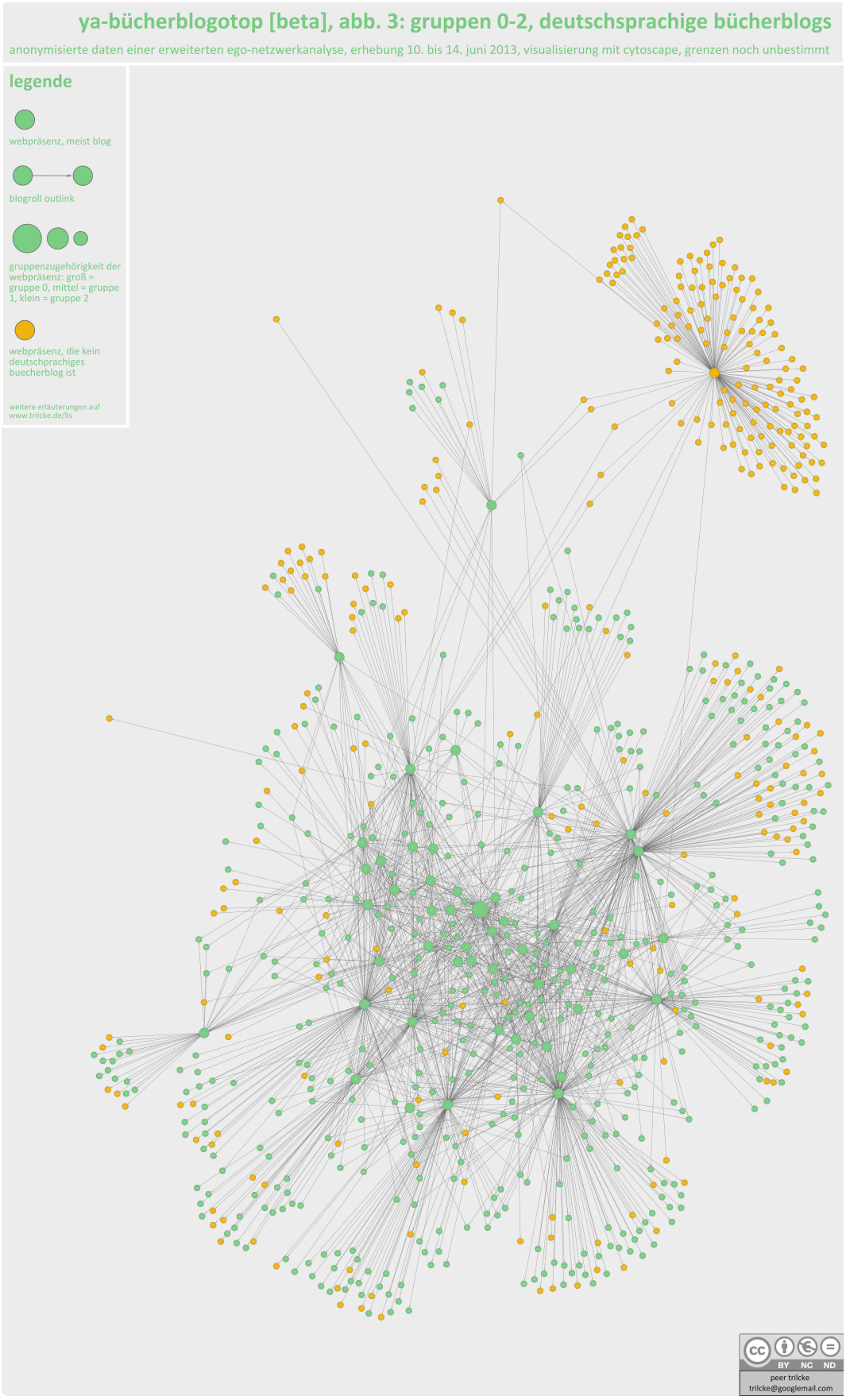
Internets, und sei es nur eine Zeit lang, auf die großen Narrative, auf die großen Thesen, auf die großen Dichotomien, verzichten etwa darauf, sogleich in Kategorien der *Counterculture* zu denken, wo Umgangsformen mit literarischen Phänomenen sichtbar werden, die womöglich einfach nur *anders* sind als unsere vermeintlich ›hochkulturellen‹ Umgangsformen. Vielleicht verzichten wir zum Beispiel auch auf die noch allerorten begegnende Unterscheidung von ›professionellen‹ und ›amateurhaften‹ Literaturkritikern – eine Unterscheidung, die doch immer irgendwie, und sei es unterschwellig, suggeriert, diese beiden Gruppen stünden in einem Konkurrenzverhältnis, ja dem Handeln beider Gruppen läge ein vergleichbares Rollenverständnis, nämlich das des ›Kritikers‹, zugrunde. Und vielleicht verzichten wir auch darauf, nahezu alles, was ›dort draußen‹ im Netz an Kommunikation über Literatur sichtbar ist, mit dem Label ›Literaturkritik‹ zu versehen und so Traditionen zu konstruieren, die die Eigenarten der Phänomene in diesem frühen Moment der analytischen Exploration eher verstellen als erhellen.

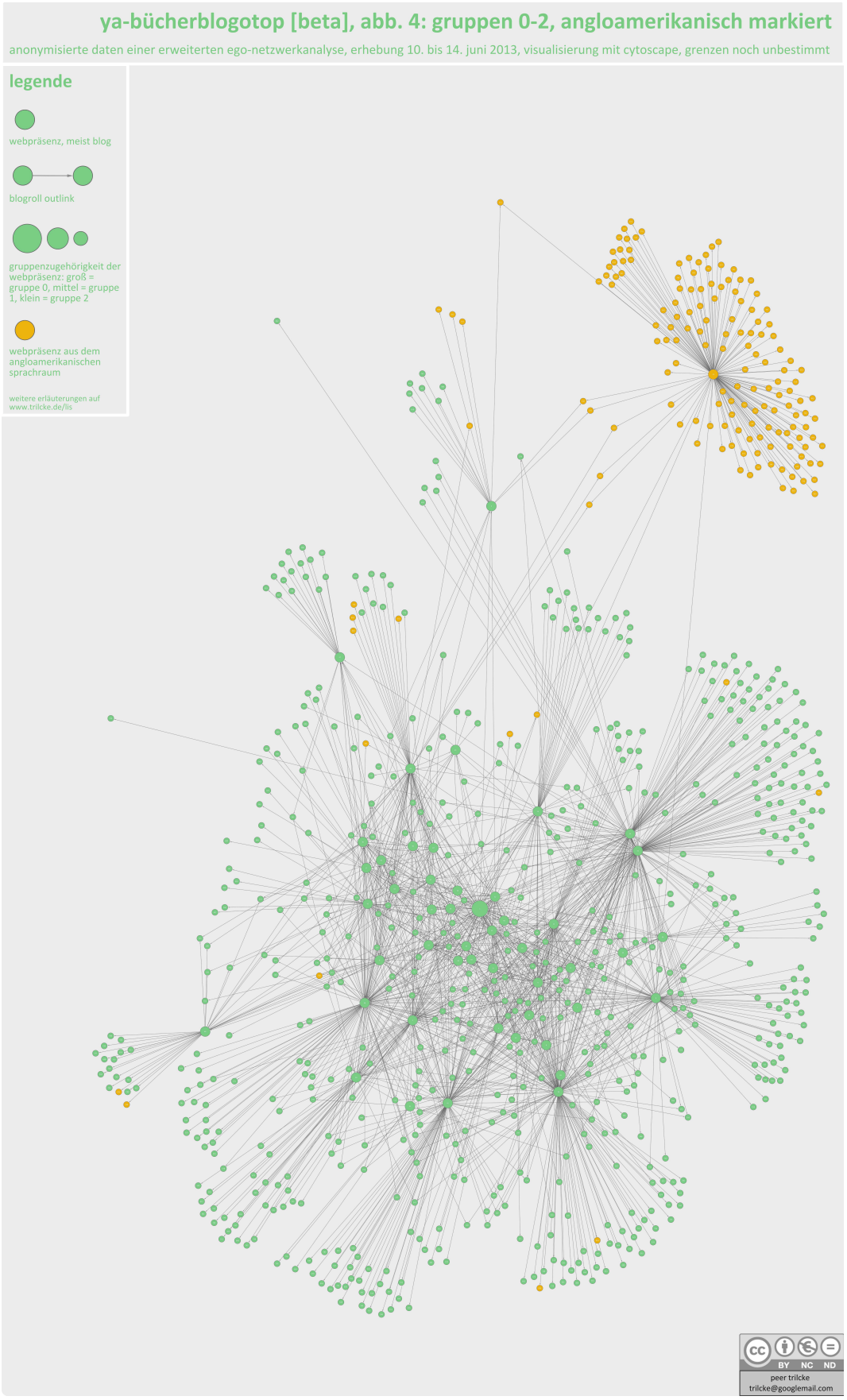
Schließlich sei, noch einmal, für mehr *empirische* Forschung zur sekundären literarischen Kommunikation unter den Bedingungen der computerisierten Vernetzung plädiert. Das bedeutet freilich nicht, dass wir Literaturwissenschaftler nun allesamt anfangen sollten, intensiv und womöglich gar privat Bücherblogs zu lesen, im Gegenteil: Diese Bücherblogs sind in der Regel nicht für uns geschrieben, wie das meiste ›dort draußen‹. Aber wir sollten doch zumindest in Erwägung ziehen, diese Welt zu erkunden, sie vorbehaltlos zu erforschen und sie in unser Bild, in unsere Reflexion des literarischen Lebens der Gegenwart einzubeziehen. Tun wir das nicht, dann könnte es passieren, dass wir, ohne es zu merken, irgendwann nahezu vollständig an der ›literarischen‹ Gesellschaft, die uns umgibt, vorbeiforschen.

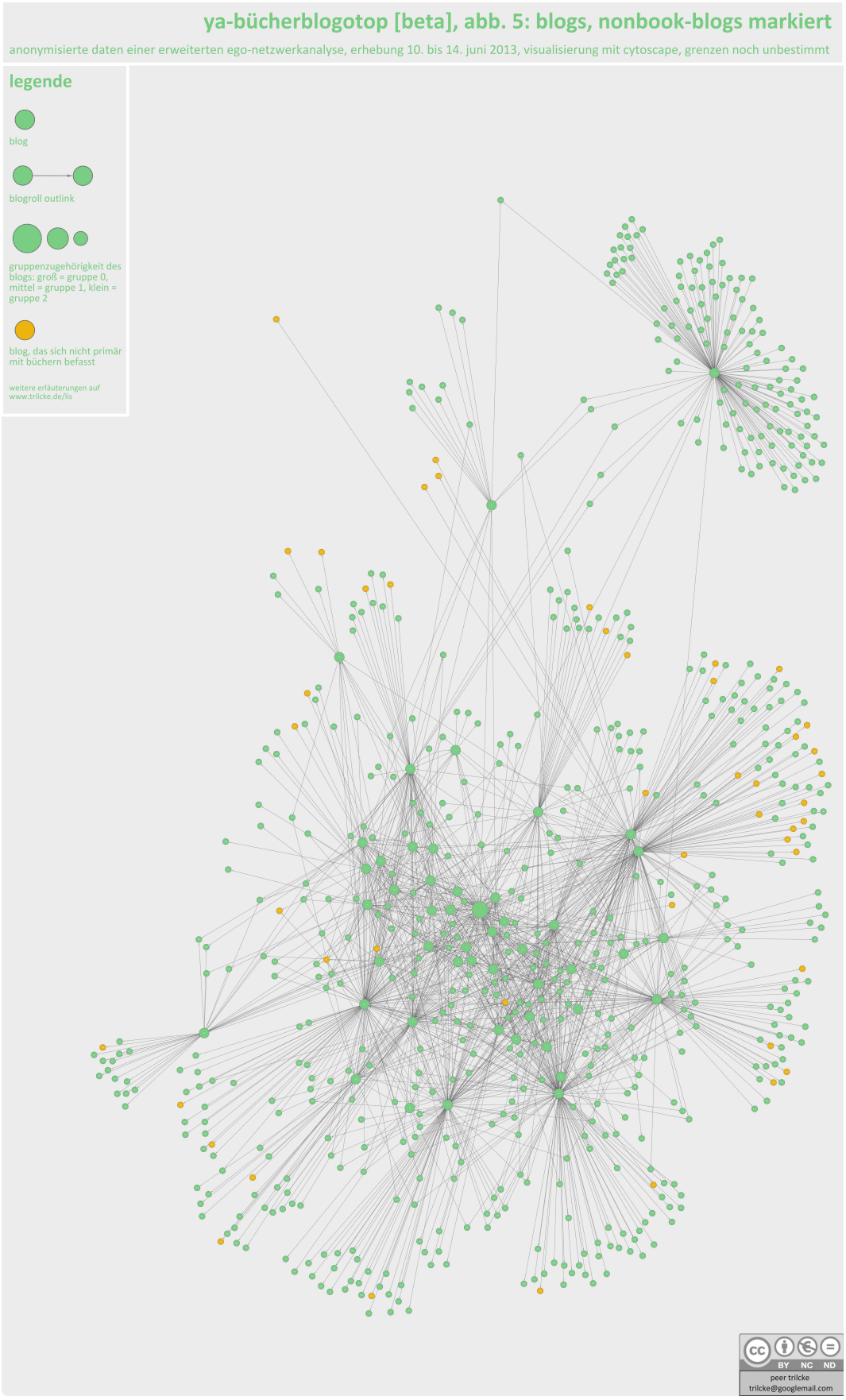
Anhang

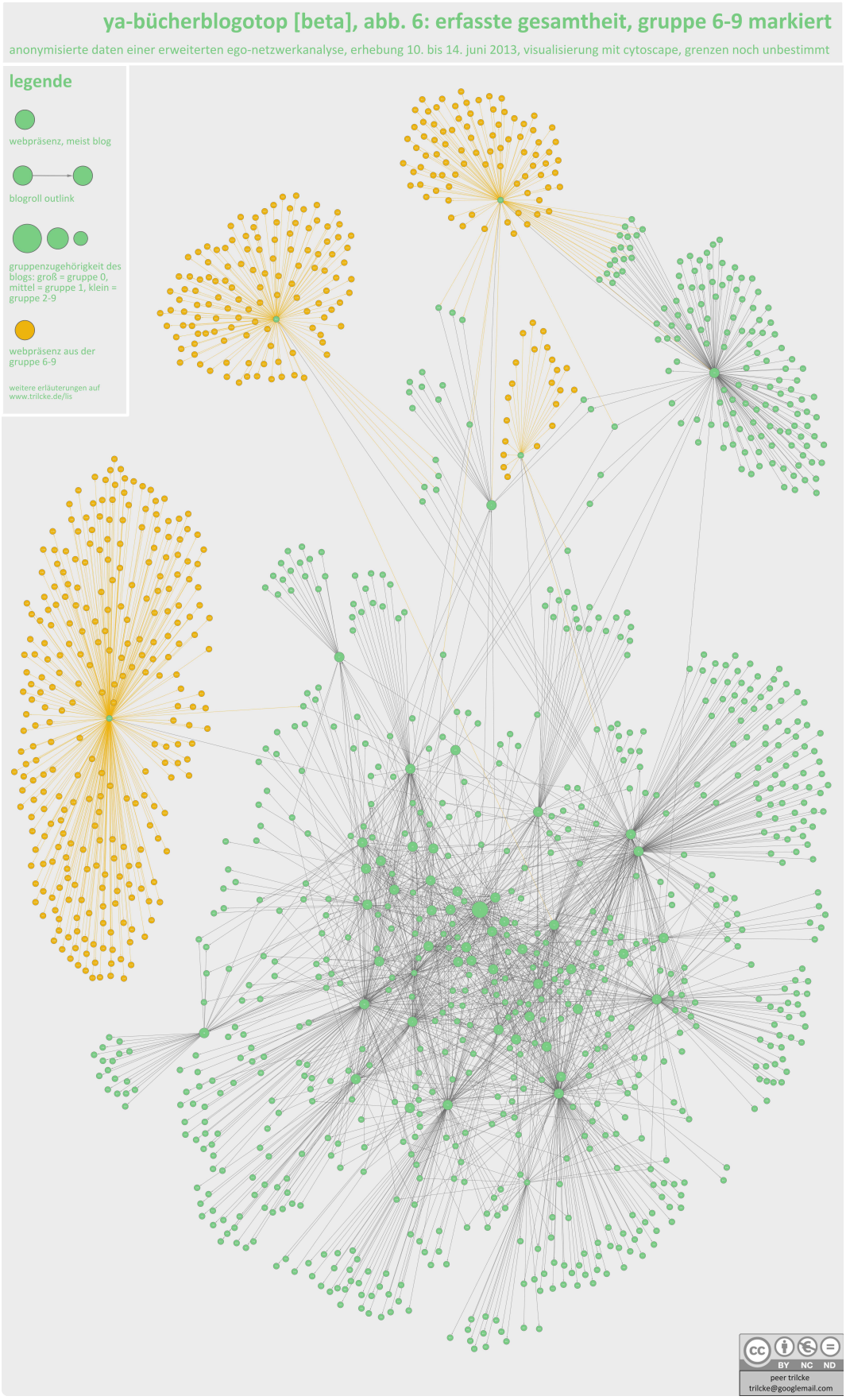

ya-bücherblogotop [beta], abb. 1: erfasste gesamtheit
anonymisierte daten einer erweiterten ego-netzwerkanalyse, erhebung 10. bis 14. juni 2013, visualisierung mit cytoscape, grenzen noch unbestimmt
legende
webpräsenz, meist blog
blogroll outlink
gruppenzugehörigkeit der webpräsenz: groß = gruppe 0, mittel = gruppe 1, klein = gruppe 2-9
weitere erläuterungen auf www.trilcke.de/lis
BY NC ND
peer trilcke
trilcke@googlemail.com

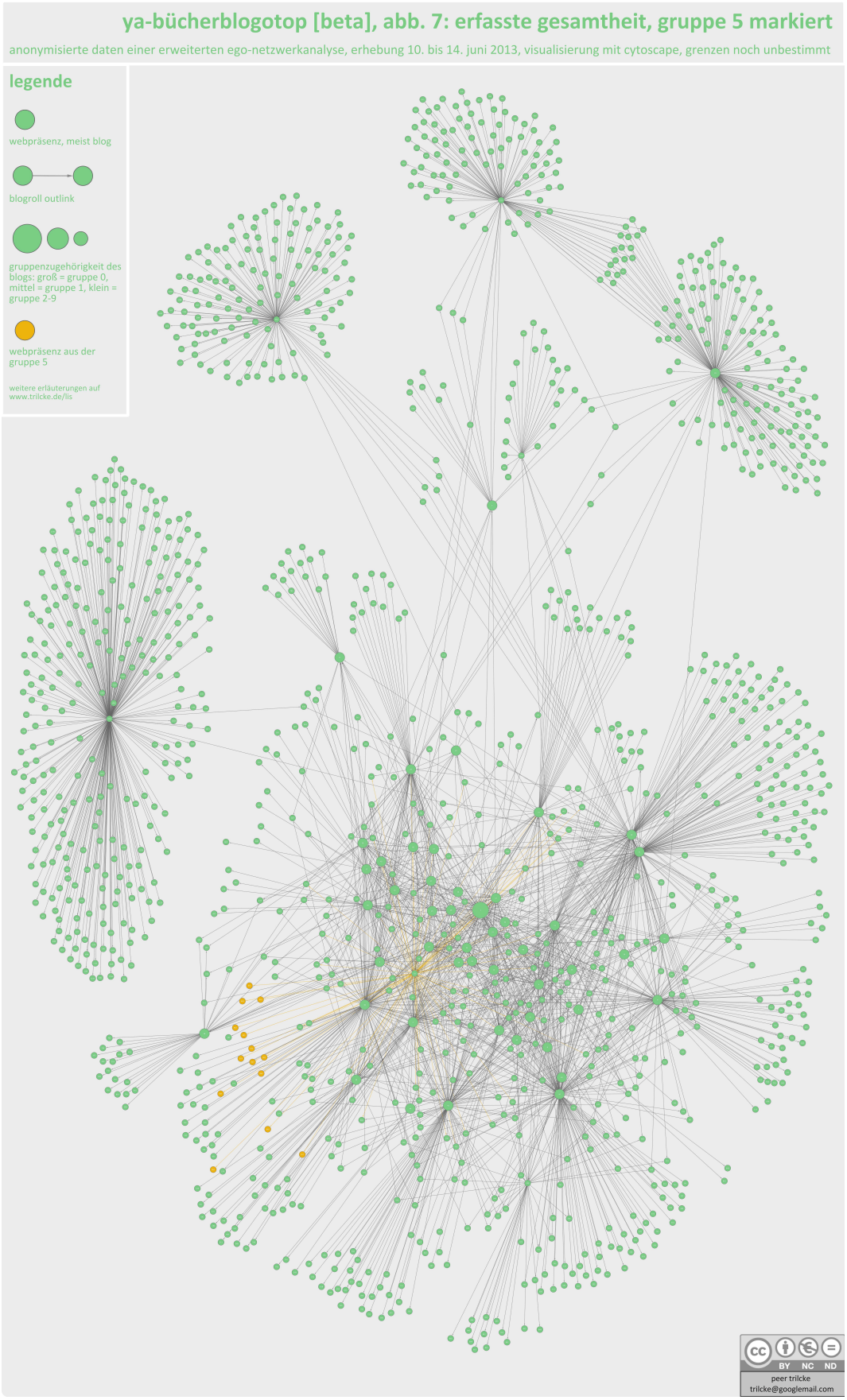

ya-bücherblogotop [beta], abb. 2: erfasste gesamtheit, gruppe 3-9 markiert
anonymisierte daten einer erweiterten ego-netzwerkanalyse, erhebung 10. bis 14. juni 2013, visualisierung mit cytoscape, grenzen noch unbestimmt
legende
webpräsenz, meist blog
blogroll outlink
gruppenzugehörigkeit des blogs: groß = gruppe 0, mittel = gruppe 1, klein = gruppe 2-9
webpräsenz, meist blog, aus den gruppen 3-9
weitere erläuterungen auf www.trilcke.de/lis
BY NC ND
peer trilcke
trilcke@googlemail.com


ya-bücherblogotop [beta], abb. 3: gruppen 0-2, deutschsprachige bücherblogs
anonymisierte daten einer erweiterten ego-netzwerkanalyse, erhebung 10. bis 14. juni 2013, visualisierung mit cytoscape, grenzen noch unbestimmt
legende
webpräsenz, meist blog
blogroll outlink
gruppenzugehörigkeit der webpräsenz: groß = gruppe 0, mittel = gruppe 1, klein = gruppe 2
webpräsenz, die kein deutschprachiges buecherblog ist
weitere erläuterungen auf www.trilcke.de/lis
BY NC ND
peer trilcke
trilcke@googlemail.com


ya-bücherblogotop [beta], abb. 4: gruppen 0-2, angloamerikanisch markiert
anonymisierte daten einer erweiterten ego-netzwerkanalyse, erhebung 10. bis 14. juni 2013, visualisierung mit cytoscape, grenzen noch unbestimmt
legende
webpräsenz, meist blog
blogroll outlink
gruppenzugehörigkeit der webpräsenz: groß = gruppe 0, mittel = gruppe 1, klein = gruppe 2
webpräsenz aus dem angloamerikanischen sprachraum
weitere erläuterungen auf www.trilcke.de/lis
BY NC ND
peer trilcke
trilcke@googlemail.com


ya-bücherblogotop [beta], abb. 5: blogs, nonbook-blogs markiert
anonymisierte daten einer erweiterten ego-netzwerkanalyse, erhebung 10. bis 14. juni 2013, visualisierung mit cytoscape, grenzen noch unbestimmt
legende
blog
blogroll outlink
gruppenzugehörigkeit des blogs: groß = gruppe 0, mittel = gruppe 1, klein = gruppe 2
blog, das sich nicht primär mit büchern befasst
weitere erläuterungen auf www.trilcke.de/lis
BY NC ND
peer trilcke
trilcke@googlemail.com


ya-bücherblogotop [beta], abb. 6: erfasste gesamtheit, gruppe 6-9 markiert
anonymisierte daten einer erweiterten ego-netzwerkanalyse, erhebung 10. bis 14. juni 2013, visualisierung mit cytoscape, grenzen noch unbestimmt
legende
webpräsenz, meist blog
blogroll outlink
gruppenzugehörigkeit des blogs: groß = gruppe 0, mittel = gruppe 1, klein = gruppe 2-9
webpräsenz aus der gruppe 6-9
weitere erläuterungen auf www.trilcke.de/lis
BY NC ND
peer trilcke
trilcke@googlemail.com


ya-bücherblogotop [beta], abb. 7: erfasste gesamtheit, gruppe 5 markiert
anonymisierte daten einer erweiterten ego-netzwerkanalyse, erhebung 10. bis 14. juni 2013, visualisierung mit cytoscape, grenzen noch unbestimmt
legende
webpräsenz, meist blog
blogroll outlink
gruppenzugehörigkeit des blogs: groß = gruppe 0, mittel = gruppe 1, klein = gruppe 2-9
webpräsenz aus der gruppe 5
weitere erläuterungen auf www.trilcke.de/lis
BY NC ND
peer trilcke
trilcke@googlemail.com

Literaturverzeichnis

Adamic, Lada A.: »The Social Hyperlink«. In: Lokman Tsui u. Joseph Turow (Hg.): *The Hyperlinked Society. Questioning Connections in the Digital Age.* Ann Arbor/MI 2008, S. 227–249.

Anastasiadis, Mario u. Caja Thimm (Hg.): *Social Media: Theorie und Praxis digitaler Sozialität.* Frankfurt/M. 2011.

Baker, James R. u. Susan M. Moore: »Blogging as a Social Tool: A Psychosocial Examination of the Effects of Blogging«. In: *CyberPsychology & Behavior* 11.6 (2008), S. 747–749.

Beck, Klaus: *Computervermittelte Kommunikation im Internet.* München 2006.

Benbunan-Fich, Raquel u. Marios Koufaris: »Public Contributions to Private-collective Systems: The Case of Social Bookmarking«. In: *Internet Research* 23.2 (2013), S. 183–203.

Bendel, Oliver: »User-generated Nonsense. Literaturbesprechungen von Laien im Web 2.0«. *Telepolis,* 10.5.2009. http://www.heise.de/tp/artikel/30/30206/1.html (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Boesken, Gesine: *Literarisches Handeln im Internet. Schreib- und Leseräume auf Literaturplattformen.* Konstanz 2010.

Boesken, Gesine: »Literaturplattformen«. In: Christine Grond-Rigler u. Wolfgang Straub (Hg.): *Literatur und Digitalisierung.* Berlin, Boston 2013, S. 21–42.

Boyd, danah: »Social Network Sites as Networked Publics. Affordances, Dynamics, and Implications«. In: Zizi Papacharissi (Hg.): *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites.* New York, London 2011, S. 39–58.

Bucher, Taina: *Programmed Sociality: A Software Studies Perspective on Social Networking Sites.* Elektronische Dissertation. Oslo 2012. http://de.scribd.com/doc/148539178/Bucher-Ph-D-diss (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Bucher, Taina: »Want to Be on the Top? Algorithmic Power and the Threat of Invisibility on Facebook«. In: *New Media & Society* 14.7 (2012), S. 1164–1180

Burnett, Robert, Mia Consalvo u. Charles Ess (Hg.): *The Handbook of Internet Studies.* Chichester/West Sussex 2011.

Burt, Ronald: *Structural Holes. The Social Structure of Competition.* Cambridge/MA 1992.

Cardon, Dominique u.a.: »Self Expression as a Relational Technique. Four Types of Personal Blog Networks«. Hal-00131612. Version 1-17. http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/13/16/12/PDF/blog-typo.pdf (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Chau, Michael u. Jennifer Xu: »Mining Communities and Their Relationships in Blogs: A Study of Hate Groups«. In: *International Journal of Human-Computer Studies* 65 (2007), S. 57–70.

Dahlberg, Lincoln: »Rethinking the Fragmentation of the Cyperpublic. From Consensus to Con-stetation«. In: *New Media & Society* 9.5 (2007), S. 827–847.

Dutton, William H. (Hg.): *The Oxford Handbook of Internet Studies.* Oxford u.a. 2013.

Emirbayer, Mustafa: »Manifesto for a Relational Sociology«. In: *American Journal of Sociology* 103 (1997), S. 281–317.

Ernst, Thomas: »Wer hat Angst vor Goethes PageRank? Bewertungsprozesse von Literatur und Aufmerksamkeitsökonomien im Internet«. In: Matthias Beilein, Claudia Stockinger u. Simone Winko (Hg.): *Kanon, Wertung und Vermittlung. Literatur in der Wissensgesellschaft.* Berlin, Boston 2012, S. 305–319.

Fischer, Ernst u. Anke Vogel: »Die digitale Revolution auf dem Buchmarkt. Amazon, Apple, Google und die Folgen«. In: Christine Grond-Rigler u. Wolfgang Straub (Hg.): *Literatur und Digitalisierung.* Berlin, Boston 2013, S. 97–142.

Franz, Michael u. Eleonore Kalisch: »Unter den Augen Dritter. Akteur- und Zuschauerkonstella-tionen im Web 2.0«. In: *Weimarer Beiträge* 56.1 (2010), S. 97–124.

Fuhse, Jan u. Sophie Mützel (Hg.): *Relationale Soziologie. Zur kulturellen Wende der Netzwerkforschung.* Wiesbaden 2010.

Garden, Mary: »Defining Blog: A Fool's Errand or a Necessary Undertaking«. In: *Journalism* 13.4 (2012), S. 483–499.

Garton, Laura, Caroline Haythornthwaite u. Barry Wellmann: »Studying Online Social Networks«. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 3.1 (1997). http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/garton.html (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Ghezzi, Luigi: »Homepages von Schriftstellern. Zur Konstruktion einer literarischen Identität im Netz«. In: Erhard Schütz u. Thomas Wegmann (Hg.): *literatur.com. Tendenzen im Literaturmarketing.* Berlin 2002, S. 24–41.

Giacomuzzi, Renate: *Deutschsprachige Literaturmagazine im Internet. Ein Handbuch.* Innsbrucku.a. 2012.

Gold, Helmut u.a. (Hg.): *@bsolut privat? Vom Tagebuch zum Weblog.* Heidelberg 2008.

Gold, Matthew K. (Hg.): *Debates in the Digital Humanities.* Minneapolis 2012. http://dhdebates.gc.cuny.edu/debates (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Grond-Rigler, Christine u. Wolfgang Straub (Hg.): *Literatur und Digitalisierung.* Berlin, Boston 2013.

Hartling, Florian: *Der digitale Autor. Autorschaft im Zeitalter des Internets.* Bielefeld 2009.

Heibach, Christiane: *Literatur im elektronischen Raum.* Frankfurt/M. 2003.

Herring, Susan C. u.a.: »Conversations in the Blogosphere: An Analysis ›From the Bottom Up‹«. In: *HICSS ›05. Proceedings of the 38th Annual Hawaii International Conference on System Sciences,* 03.–06.1.2005. doi:10.1109/HICSS.2005.167.

Hessey, Sue u. Kathleen Richardson: »Archiving the Self? Facebook as Biography of Social and Relational Memory«. In: *Journal of Information, Communication & Ethics in Society* 7.1 (2009), S. 25–38.

Hsu, Chien-leng u. Han Woo Park: »Sociology of Hyperlink Networks of Web 1.0, Web 2.0, and Twitter: A Case Study of South Korea«. In: *Social Science Computer Review* 29.3 (2011), S. 354–368.

Huizing, Birte: »Das Buch und sein Leser im Web 2.0«. In: Heinz Ludwig Arnold u. Matthias Beilein (Hg.): *Literaturbetrieb in Deutschland. Neufassung.* München ³2009, S. 322–332.

Jamet, Denis L.: »What do Internet Metaphors Reveal About the Perception of the Internet«. In: *metaphorik 18* (2010), S. 7–32. http://www.metaphorik.de/18/jamet.pdf (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Jansen, Dorothea: *Einführung in die Netzwerkanalyse. Grundlagen, Methoden, Forschungsbeispiele.* Wiesbaden ³2006.

John, Nicholas A.: »Sharing and Web 2.0: The Emergence of a Keyword«. In: *New Media & Society* 15.2 (2012), S. 167–182.

Jürgensen, Christoph: »Ins Netz gegangen – Inszenierungen von Autorschaft im Internet am Beispiel von Rainald Goetz und Alban Nikolai Herbst«. In: Ders. u. Gerhard Kaiser (Hg.): *Schriftstellerische Inszenierungspraktiken – Typologie und Geschichte.* Heidelberg 2011, S. 405–422.

Kaplan, Andreas M. u. Michael Haenlein: »Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media«. In: *Business Horizons* 53 (2010), S. 59–68.

Krempel, Lothar: »Netzwerkvisualisierung«. In: Christian Stegbauer u. Roger Häußling (Hg.): *Handbuch Netzwerkforschung.* Wiesbaden 2010, S. 539–567.

Liu, Alan: »Imagining the New Media Encounter«. In: Susan Schreibman u. Ray Siemens (Hg.): A *Companion to Digital Literary Studies.* Oxford 2008. http://www.digitalhumanities.org/companionDLS (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Liu, Alan: »Where is Cultural Criticism in the Digital Humanities?«. In: Matthew K. Gold (Hg.): *Debates in the Digital Humanities.* Minneapolis 2012. http://dhdebates.gc.cuny.edu/debates/text/20 (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Lorenz, Kathrin: »Der Hypertext ist tot! Ein Interview mit der Internet-Literatin Susanne Berken-heger«. In: *literaturkritik.de* 4 (2013). http://literaturkritik.de/public/rezension.php?rez_id=17767 (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Maeyer, Juliette De, »Towards a Hyperlinked Society: A Critical Review of Link Studies«. In: *New Media & Society.* Sektion *OnlineFirst.* Veröffentlicht am 05.12.2012. doi:10.1177/1461444812462851.

Mandiberg, Michael (Hg.): *The Social Media Reader.* New York 2012.

Marlow, Cameron: »Audience, Structure and Authority in the Weblog Community«. Vortrag auf der *International Communication Association Conference,* 27.–30.5.2004, New Orleans. http://alumni.media.mit.edu/~cameron/cv/pubs/04-01.pdf (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Mellmann, Katja u. Marcus Willand: »Historische Rezeptionsanalyse. Zur Empirisierung von Textbedeutungen«. In: Philip Ajouri, Katja Mellmann & Christoph Rauen (Hg.): *Empirie in der Literaturwissenschaft.* Münster 2013, S. 263–281.

Messner, Sigrid: *Literarisch vernetzt. Autorenforen im Internet als neue Form von literarischer Öffentlichkeit.* Dresden 2012.

Michel, Jean-Baptiste u.a.: »Quantitative Analysis of Culture Using Millions of Digitized Books«. In: *Science* 331 (2010), S. 176–182.

Miller, Carolyn R. u. Dawn Shepherd: »Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog«. http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action_a_genre_analysis_of_the_weblog.html (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Moretti, Franco: »Conjectures on World Literature«. In: *New Left Review* 1 (2000), S. 54–68.

Morris, Merrill u. Christine Ogan: »The Internet as Mass Medium«. In: *Journal of Communication* 46.1 (1996), S. 39–50.

Nardi, Bonnie A., Diane J. Schiano u. Michelle Gumbrecht: »Blogging as Social Activity, or, Would You Let 900 Million People Read Your Diary«. In: *CSCW ›04: Proceedings of the 2004 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work.* New York 2004, S. 222–231.

O'Reilly, Tim: »What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Modells for the Next Generation of Software«. Veröffentlicht am 30.09.2005. http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Obradović, Darko, Stephan Baumann u. Andreas Dengel: »A Social Network Analysis and Mining Methodology for the Monitoring of Specific Domains in the Blogosphere«. In: *Social Network Analysis and Mining* 3.2 (2013), S. 221–232.

Oestreicher, Klaus: *Strategische Kommunikation und Stakeholdermanagement. Struktur, Implemtierung, Erfolgsfaktoren.* Erlangen 2010.

Otterbacher, Jahna: »Being Heard in Review Communities: Communication Tactics and Review Prominence«. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 16 (2011), S. 424–444.

Park, Han Woo u. Nicholas W. Jankowski: »A Hyperlink Network Analysis of Citizen Blogs in South Korean Politics«. In: *Javnost – The Public* 15.2 (2008), S. 57–74.

Parks, Malcom R.: »Social Network Sites as Virtual Communities«. In: Zizi Papacharissi (Hg.): *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites.* New York, London 2011, S. 105–123.

Paulsen, Kerstin: »Von Amazon bis Weblog. Inszenierung von Autoren und Autorschaft im Internet«. In: Christine Künzel u. Jörg Schönert (Hg.): *Autorinszenierungen. Autorschaft und literarisches Werk im Kontext der Medien.* Würzburg 2007, S. 257–269.

Peppers, Don u. Martha Rogers: *The One to One Future. Building Relationships One Customer at a Time.* New York 1993.

Porombka, Stephan: »Weg von der Substanz. Hin zu den Substanzen. Literaturkritik 2.0ff.« In: Matthias Beilein, Claudia Stockinger u. Simone Winko (Hg.): *Kanon, Wertung und Vermittlung. Literatur in der Wissensgesellschaft.* Berlin, Boston 2012, S. 293–303.

Porter, Constance Elise: »A Typology of Virtual Communities: A Multi-Disciplinary Foundation of Future Research«. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 10.1 (2004). http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue1/porter.html (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Preece, Jenny u. Diane Maloney-Krichmar: »Online Communities: Design, Theory, and Practice«. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 10.4 (2005), http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue4/preece.html (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Prentice, Deborah A., Dale T. Miller u. Jenifer R. Lightdale: »Asymmetries in Attachments to Groups and to Their Members: Distinguishing Between Common-identity and Common-bond Groups«. In: *Personality and Social Psychological Bulletin* 20.5 (1994), S. 484–493.

Reinelt, Claire u. Natalia Castaneda: »Applying Social Network Analysis to Online Communica-tions Networks«. Veröffentlicht am 24.01.2012. http://leadershiplearning.org/blog/nataliaca/2012-01-30/applying-social-network-analysis-online-communications-networks (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Rettberg, Jill Walker: *Blogging.* Cambridge/MA 2008.

Rheingold, Howard: *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier.* London 1993.

Rogers, Richard: »Mapping Public Web Space With the IssueCrawler«. In: Bernard Reber u. Claire Brossard (Hg.): *Digital Cognitive Technologies: Epistemology and the Knowledge Economy.* London, Hoboken/NJ 2010, S. 115–126.

Scheidegger, Nicoline: »Strukturelle Löcher«. In: Christian Stegbauer u. Roger Häußling (Hg.): *Handbuch Netzwerkforschung.* Wiesbaden 2010, S. 145–155.

Schiano, Diane J. u.a.: »Blogging by the Rest of US«. In: *CHI EA '04. Extendes Abstracts on Human Factors in Computing Systems.* New York 2004, S. 1143–1146.

Schindler, Robert M. u. Barbara Bickart: »Perceived Helpfulness of Online Consumer Reviews. The Role of Message, Content and Style«. In: *Journal of Consumer Behaviour* 11.3 (2012), S. 234–243.

Schmidt, Jan-Hinrik: Weblogs. *Eine kommunikationssoziologische Studie.* Konstanz 2006.

Schmidt, Jan-Hinrik: »Blogging Practices. An Analytical Framework«. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (2007), S. 1409–1427.

Schreibman, Susan, Ray Siemens u. John Unsworth: »The Digital Humanities and Humanities Computing: An Introduction«. In: Dies. (Hg.): *A Companion to Digital Humanities.* Oxford 2004. http://www.digitalhumanities.org/companion (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Schröder, Thomas u. Andreas Wiesinger: »Online-Zeitungen im Wandel. Überlegungen zur Neudefinition eines nicht mehr neuen Mediums«. In: Renate Giacomuzzi, Stefan Neuhaus u. Christiane Zintzen (Hg.): *Digitale Literaturvermittlung. Praxis – Forschung – Archivierung.* Innsbruck u.a. 2010, S. 205–221.

Schuster, Jörg: »Gibt es heute eine Internetliteratur? Zum Schwerpunkt dieser Ausgabe«. In: *literaturkritik.de* 4 (2013). http://literaturkritik.de/public/rezension.php?rez_id=17755 (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Schwalm, Simone: »Geschmackssache. Selbstprofilierung im Internet durch Literaturkritik«. In: *literaturkritik.de* 12 (2010). http://www.literaturkritik.de/public/rezension.php?rez_id=15100 (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Schwämmlein, Eva u. Katrin Wodzicki: »What to Tell About Me? Self-Presentation in Online Communities«. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 17 (2012), S. 387–407.

Scott, John u. Peter J. Carrington (Hg.): *The SAGE Handbook of Social Network Analysis.* London u.a. 2011.

Segeberg, Harro u. Simone Winko (Hg.): *Digitalität und Literalität. Zur Zukunft der Literatur.* München 2005; dazu die Online-Ausgabe unter http://www1.uni-hamburg.de/DigiLit (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Simanowski, Roberto: *Interfictions. Vom Schreiben im Netz.* Frankfurt/M. 2002.

Simanowski, Roberto, Peter Gendolla u. Jörgen Schäfer (Hg.): *Reading Moving Letters. Digital Literature in Research and Teaching. A Handbook.* Bielefeld 2010.

Singer, Jane B.: »User-generated Visibility: Secondary Gatekeeping in a Shared Media Space«. In: *New Media & Society.* Sektion *OnlineFirst.* Veröffentlicht am 15. März 2013. doi:10.1177/1461444813477833.

Spoerhase, Carlos: »Ausweitung der kritischen Kampfzone. Was die Geschichte der aufklärerischen Rezensionskultur die aktuelle Reflexion über Literaturkritik lehren könnte«. In: *Zeitschrift für Germanistik* N.F. 19.1 (2009), S. 171–178.

Stansberry, Katie: »Mapping Mommy Bloggers: Using Online Social Network Analysis to Study Publics«. In: *PRism 8.2* (2011). http://www.prismjournal.org/fileadmin/8_2/Stansberry.pdf (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Stefanone, Michael A. u. Chyng-Yang Jang: »Writing for Friends and Family: The Interpersonal Nature of Blogs«. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (2007), S. 123–140.

Straus, Florian: »Netzwerkkarten – Netzwerke sichtbar machen«. In: Christian Stegbauer u. Roger Häußling (Hg.): *Handbuch Netzwerkforschung.* Wiesbaden 2010, S. 527–538.

Tian, Qing: »Social Anxiety, Motivation, Self-Disclosure, and Computer-Mediated Friendship: A Path Analysis of the Social Interaction in the Blogosphere«. In: *Communicational Research* 40.2 (2013), S. 237–260.

Trilcke, Peer: »Social Network Analysis (SNA) als Methode einer textempirischen Literaturwissenschaft«. In: Philip Ajouri, Katja Mellmann u. Christoph Rauen (Hg.): *Empirie in der Litera-turwissenschaft.* Münster 2013, S. 201–247.

Wade, Karen u.a.: »Identifying Representative Textual Sources in Blog Networks«. In: *International AAAI Conference on Weblogs and Social Media.* Menlo Park/CA 2011. http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/view/2756/3306 (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Wasserman, Stanley u. Katherine Faust: *Social Network Analysis. Methods and Applications.* New York 1994.

Wegmann, Thomas: »Warentest und Selbstmanagement. Literaturkritik im Web 2.0 als Teil nachbürgerlicher Wissens- und Beurteilungskulturen«. In: Matthias Beilein, Claudia Stockinger u. Simone Winko (Hg.): *Kanon, Wertung und Vermittlung. Literatur in der Wissensgesellschaft.* Berlin, Boston 2012, S. 279–291.

White, Harrison C.: *Identity and Control. How Social Formations Emerge.* Princeton, Oxford ²2008.

Willemsen, Lotte M. u.a.: »›Highly Recommended!‹ The Content Characteristics and Perceived Usefulness of Online Consumer Reviews«. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 17 (2011), S. 19–38.

Winko, Simone: »Am Rande des Literaturbetriebs: Digitale Literatur im Internet«. In: Heinz Ludwig Arnold u. Matthias Beilein (Hg.): *Literaturbetrieb in Deutschland. Neufassung.* München ³2009, S. 292–303.

Yuan, Elaine J.: »A Culturalist Critique of ›Online Community‹ in New Media Studies«. In: *New Media & Society.* Sektion *OnlineFirst.* Veröffentlicht am 26.11.2012. doi:10.1177/1461444812462847.

(Weitere) Netzquellen

[anonym]: »Bücherblogs. Leser-Navi mit Herz und Verstand«. http://ebooks-autoren.de/buecherblogs/ (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Art. »Blog«. In: *Wikipedia. Die freie Enzyklopädie.* Bearbeitungsstand: 26.09.2013, 18.54 Uhr. http://de.wikipedia.org/wiki/Blog (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Art. »Digital Humanities«. In: *Wikipedia. Die freie Enzyklopädie.* Bearbeitungsstand: 09.08.2013, 19.08 Uhr. http://de.wikipedia.org/wiki/Digital_Humanities (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Autorenhomepages. Ein Projekt zur Erfassung, Analyse und Langzeitarchivierung. http://autorenhomepages.at/ (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

[Blog der Mayerschen Buchhandlung]. http://mayersche-blog.de (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

[Blog des Verlags der Francke-Buchhandlung]. http://franckebuch.blogspot.de (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

blog-Buch. http://blog.bilandia.de (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Blogg dein Buch. http://www.bloggdeinbuch.de (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

FAZ.NET. http://www.faz.net (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Glanz & Elend. http://www.glanzundelend.de (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

litaffin. http://www.litaffin.de (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

litblogs.net. http://www.litblogs.net (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Litlog. http://www.litlog.de (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

LovelyBooks Blog. http://blog.lovelybooks.de (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

Mein Lesetipp. http://www.mein-lesetipp.de (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

TITELblog. http://www.titelblog.de (zuletzt eingesehen am 09.10.2013).

NBN: http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:hbz:6-83429579800