

Abstract: Blogs – und andere Erscheinungen des so genannten *Web 2.0* – werden immer wieder als demokratische Heilsbringer gefeiert: „5. Macht im Staat“, „Revolution von unten nach oben“ und „mediale Befreiung der Bürgerinnen und Bürger aus der Bevormundung“, heisst es in Zeitschriften, Podiumsdiskussionen und Büchern. Die massiv vereinfachte Technik ermöglicht, Inhalte sehr kostengünstig im Internet zu publizieren und mit anderen Internetnutzerinnen und -nutzern zu interagieren. Ähnlich wie zu Anfangszeiten des Internets weckt dies die grosse Hoffnung auf mehr demokratische Partizipation, mehr Transparenz und auf Möglichkeiten, eine allfällige Pressezensur zu umgehen.

Gleichzeitig wird immer wieder gemahnt, mit dem Internet würden bereits bestehende Kluften in der Bevölkerung in Bezug auf den Zugang zum breiten öffentlichen Diskurs noch tiefer: *digital divide* und *democratic divide* sind Schlagworte der Technikkritischen.

Weisen Blogs den Weg zu einer demokratischeren Öffentlichkeit? Sind sie die Chance für Bürgerinnen und Bürger in Mediendemokratien, sich in politischen Debatten Gehör zu verschaffen? Wie steht es um die Befürchtung, dass durch die Fragmentierung der Informationskanäle die Basis für demokratische Entscheidungsfindung schwinde?

Bisherige Studien haben gezeigt, dass Informationen aus Blogs und andere Inhalte aus dem Internet erst dann Breitenwirkung erlangen, wenn sie von Mainstreammedien aufgegriffen werden. Mit einer umfassenden Erhebung in Deutschschweizer Printmedien zeigt die vorliegende Untersuchung, welche schweizerischen und internationalen Blogs von auflagenstarken Zeitungen und Zeitschriften genannt werden. Weiter werden einerseits unterschiedliche Funktionen von Blogs für die breite politische Öffentlichkeit herausgearbeitet und andererseits wird beurteilt, inwiefern Blogs für die politische Berichterstattung demokratische Potenziale entwickeln.

Insgesamt erweisen sich Faktoren wie Prominenz, Bildungsstand und Geschlecht als entscheidend, wer den Kampf um die Aufmerksamkeit einer breiten Öffentlichkeit gewinnt. Politische Blogs von akademisch gebildeten, männlichen Politikern werden von Mainstreammedien am häufigsten genannt. Die Rolle von Blogs als Sprachrohr für Bürgerinnen und Bürgern muss somit stark relativiert werden.