

»Digitale Souveränität« in der medienvermittelten öffentlichen Kommunikation

Die Beziehung zwischen Rezipient*in und Gatekeeper

Katharina Leyrer, Svenja Hagenhoff

Abstract Der Digitalisierung werden im Zusammenhang mit öffentlicher Kommunikation im Diskurs zwei Effekte zugeschrieben: Während einerseits ein Mehr an Selbstbestimmung und Teilhabe vermutet wird, sehen pessimistische Darstellungen und Zuschreibungen zugleich eine Gefahr für die Souveränität der Nutzer*innen und für das zivilisierte gesellschaftliche Miteinander. Problematisch ist, dass dabei unscharf bleibt, was genau die Digitalisierung verändert und auf welchen Zustand und Zeitpunkt referenziert wird. Solange eine systematische Ausarbeitung dieser Veränderungsqualität fehlt, erzeugen die Diskurse um Digitalisierung in der öffentlichen Kommunikation keinen substanzuellen erkenntnistheoretischen Mehrwert. Vielmehr bedarf es systematischer Untersuchungen, die kriteriengeleitet zeigen, wie sich die Digitalisierung konkret auf die Souveränitätszustände verschiedener Akteur*innen in der öffentlichen Kommunikation auswirkt. Dieser Beitrag entwickelt daher auf Basis der Network-Gatekeeping-Theorie Kriterien, mit denen beschrieben werden kann, wie sich die Souveränitätszustände von Nutzer*innen in Relation zu Informationsintermediären durch die Digitalisierung verändern. Diese werden beispielhaft auf Bibliotheken und Suchmaschinen angewandt.

1. Einleitung: Digitalisierung und öffentliche Kommunikation

An der öffentlichen Kommunikation nehmen wir täglich teil, indem wir beispielsweise Radio hören, ein Buch lesen, einen Instagram-Feed durchscrollen, einen Twitter-Post verfassen oder einen Blogartikel schreiben. Auch dieser Beitrag ist Teil der öffentlichen Kommunikation, indem wir als Verfasserinnen Inhalte kommunizieren, die Sie als Leser*in gerade rezipieren.

1.1 Was ist öffentliche Kommunikation?

Öffentliche Kommunikation hat die Aufgabe, die Mitglieder einer modernen Gesellschaft mit Informationen (i.W.S.: Meinung, Inhalt, Daten) zu versorgen, um erwünschte Effekte in Bezug auf politische, kulturelle und ökonomische Beteiligung zu erreichen. Öffentlichkeit ist dabei ein prinzipiell für jeden zugänglicher Kommunikationsraum (vgl. Gerhards/Neidhardt 1990: 16; Jarren 2008: 330), wobei *zugänglich* sich grundsätzlich auf den Akt des Rezipierens (passive Teilhabe) und den des Sprechens (aktive Teilhabe) bezieht (vgl. Hindelang 2019: 10). Moderne öffentliche Kommunikation ist medial vermittelt: Medien als technische Artefakte ermöglichen zeit- und raumüberbrückende Kommunikation, als kulturelle Artefakte erweitern sie die Welt des Individuums erheblich, da sie Vorhandenes (re-)interpretieren, Neues kreieren und als Sinnproduzenten fungieren (vgl. Schmid 2018: 50).

Medial vermittelte öffentliche Kommunikation selbst ist ein komplexes, organisiertes System. Es besteht aus Akteur*innen, die Prozesse und Technologien der Produktion und Distribution von Informationen interessengeleitet gestalten und bereitstellen, und dieses in der Regel in erwerbswirtschaftlicher Form – gemeinwohlorientierte Mediensysteme sind weltweit die Ausnahme – sowie begleitet von unterschiedlich motivierter und divergent ausgeprägter Institutionalisierung (vgl. Hagenhoff 2020: 5ff.). Jarren (2008: 330 u. 332f.) spezifiziert mit Blick auf etablierte Massenmedien, dass diese organisationalen Akteur*innen bekannt sowie gesellschaftlich mitkontrolliert sind; sie arbeiten unter bestimmten sozialen Bedingungen, ihr Tun ist auf Dauer ausgelegt und wird von Träger*innen von Leistungsrollen (vgl. Gerhards/Neidhardt 1990: 24) regelhaft und normengleitet ausgeführt.

1.2 Wie wirkt sich die Digitalisierung auf öffentliche Kommunikation aus?

Der Digitalisierung werden dabei im Zusammenhang mit öffentlicher Kommunikation – gemeint ist dann die Kommunikation mithilfe von Onlinemedien – im Diskurs zwei Effekte zugeschrieben: In sehr optimistischen Darstellungen und Zuschreibungen wird ein Mehr an Selbstbestimmung sowie ein Mehr an Teilhabe und damit eine Stärkung demokratischer Prozesse vermutet (vgl. z.B. Heine 2011; Landeszentrale für politische Bildung BW 2020; Samuelis 2020). Hierzu soll vor allem beitragen, dass die Kommunikation über Onlinemedien zumindest potenziell stärker wechselseitig angelegt

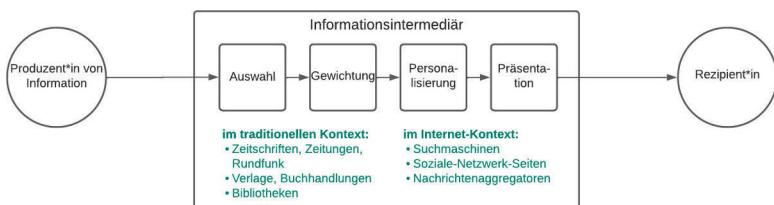
ist, die Hörer*innen- und Sprecher*innen-Rollen gleichverteilt sind und damit der oben erwähnte Zugang zum Kommunikationssystem vollumfänglich realisiert werden kann (vgl. Hindelang 2019: 10f. u. 46). In pessimistischen Darstellungen und Zuschreibungen gelten die mithilfe von Onlinemedien praktizierten Formen von Kommunikation sowie auch das Verhalten der Anbieter¹ relevanter Dienste als gefährlich für das zivilisierte gesellschaftliche Miteinander und für die Demokratie (vgl. z.B. Schweiger 2017; Boehme-Neßler 2019; Bender 2021). Als besonders kritisch wird gesehen, dass Aktivitäten (s. Abb. 1), die bisher durch menschliche Träger*innen von Leistungsrollen (Journalist*in, Bibliothekar*in, Buchhändler*in) vorgenommenen wurden, auf automatisierte, intransparent datenauswertende Routinen verlagert werden.

Die nachstehende Abbildung zeigt eine vereinfachte² Prozessierung von Information von den Kommunikator*innen zu den Rezipient*innen. In diesem Prozess des Informationstransports entstehen verschiedene »Points of Control« (Hindelang 2019: 296) in Form von Prozessschritten, Institutionen und technischer Infrastruktur, die eine Teilhabe an der öffentlichen Kommunikation grundsätzlich ermöglichen, unterbinden oder auf diese Teilhabe qualitativ einwirken. Sogenannte »Informationsintermediäre« agieren dabei als Vermittler zwischen Produzierenden und Rezipierenden von Information und nehmen Einfluss auf den Informationsfluss, indem sie Inhalte auswählen, gewichten, personalisieren und präsentieren. Beispiele für Informationsintermediäre sind Zeitschriften, Zeitungen und Rundfunkangebote, aber auch Buchhandlungen und Bibliotheken im traditionellen Kommunikationskontext; im Internetkontext spielen v.a. Suchmaschinen, Soziale-Netzwerk-Seiten und Nachrichtenaggregatoren eine Rolle (vgl. Leyrer 2018).

¹ Vor allem die »schrecklichen Fünf« (Manjoo 2016, i.O. »Tech's Frightful 5«): Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft (GAFAM).

² Differenzierter bei Bozdag 2013: 214, siehe auch Leyrer 2018.

*Abbildung 1: Informationsprozessierung von den Kommunikator*innen zu den Rezipient*innen.*



Ein zentraler Kritikpunkt an Informationsintermediären besteht darin, dass sie als mächtige Gatekeeper beeinflussen, welche Inhalte Nutzer*innen wie angezeigt bekommen. Dass sie dabei nicht neutral sein können, formulierte Bagdikian bereits in den 1970er-Jahren:

»So the gatekeeper, though he seems to perform like one, is not a valueless machine operating in a social vacuum. His decisions, resulting in the printing of most stories seen by the public, reflect his personal as well as his professional values, and all the surrounding pressures that converge on him.« (Ebd. 1971: 106)

Auch wenn sich Bagdikian hier auf traditionelle Gatekeeper bezieht, stehen aktuell vor allem Internet-Informationsintermediäre in der Kritik (vgl. hierzu Leyrer 2018). Mit der Metapher der Filterblase wird der Befürchtung Ausdruck verliehen, dass Nutzer*innen von Suchmaschinen und Soziale-Netzwerk-Seiten nur noch Inhalte angezeigt bekommen, die ihren eigenen Interessen und Meinungen entsprechen, da ein Algorithmus andere Inhalte auf Basis des bisherigen Nutzungsverhaltens und gespeicherter Vorlieben aussortiert. Die als positiv konnotierte Vielfalt an Informationen gelangt somit gar nicht zum* zur Nutzer*in. Als besonders problematisch gilt dabei, dass Nutzer*innen nicht erfahren, welche Inhalte ihnen vorenthalten werden (vgl. Pariser 2011). Alles in allem gilt der*die Nutzer*in der Internet-Intermediäre als passiv ausgeliefert und damit als entmündigt und nicht souverän. Empirisch lassen sich solche Filterblasen jedoch nicht eindeutig nachweisen (eine Übersicht bei Leyrer 2018; Stark/Magin/Jürgens 2021). Darüber hinaus fehlen empirische Analysen, die die Rezipient*innen-Souveränität im Internetkontext über Filterblasen-Effekte hinaus untersuchen.

2. Was ist »digitale Souveränität« in der öffentlichen Kommunikation?

Der Souveränitätsbegriff wird im Forschungsfeld der öffentlichen Kommunikation bisher selten verwendet. Auch fehlt es an Arbeiten, die einen theoretisch fundierten Überblick geben, wie sich Selbstbestimmung oder Souveränität in der medial vermittelten öffentlichen Kommunikation fassen lässt. Es muss also zunächst geschärft werden, was unter Souveränität als spezifischem Untersuchungsgegenstand in der öffentlichen Kommunikation verstanden wird (vgl. Hagenhoff 2020; zu Geschichte und Konzept des Souveränitätsbegriffs allgemein s. die Einleitung in diesem Band von Glasze/Odzuck/Staples 2022).

2.1 Zum Begriff

Wenn auch nicht mit dem Begriff der »digitalen Souveränität«, so gibt es dennoch verschiedene konzeptionelle Annäherungen an die Selbstbestimmung und Autonomie von Rezipient*innen im Internetkontext (zum Diskurs zu »digitaler Souveränität« als Autonomie individueller Nutzer*innen s. auch Glasze/Dammann 2022 in diesem Band): Hindelang (2019: 18) spricht von »kommunikative[r] Selbstbestimmung des Einzelnen«, die im Internetkontext zunimmt, da die individuellen Rezipient*innen hier mehr Möglichkeiten haben, auszuwählen, welche Informationen sie rezipieren möchten. Sie müssen sich weniger als im Kontext traditioneller Medienangebote »den Konditionen und Beschränkungen Dritter für [ihre] kommunikativen Handlungen aussetzen« (ebd.: 6).

Seemann geht darüber noch hinaus: Für ihn wird die *Filtersouveränität* der Nutzer*innen im digitalen Kontext, verglichen mit dem Kontext traditioneller Medienangebote, nicht nur im Sinne der positiven Informationsfreiheit gesteigert – also dadurch, dass sich die Nutzer*innen aus einem breiteren Angebot von Inhalten die für sie passende Information auswählen können, indem sie mit sogenannten »Queries« gezielt Informationen abrufen, bestimmte Inhalte abonnieren und ihr Freund*innennetzwerk gestalten. Auch im Sinne der negativen Informationsfreiheit wächst die Souveränität der Nutzer*innen, da sie mithilfe der Query Informationen, die sie nicht aufnehmen möchten, in größerem Maße aussortieren können. Gleichzeitig sieht Seemann Personalisierung durch intransparente Algorithmen als problematisch an, denn hier »findet Informationbeschaffung [sic!] nicht selbstbestimmt statt, sondern

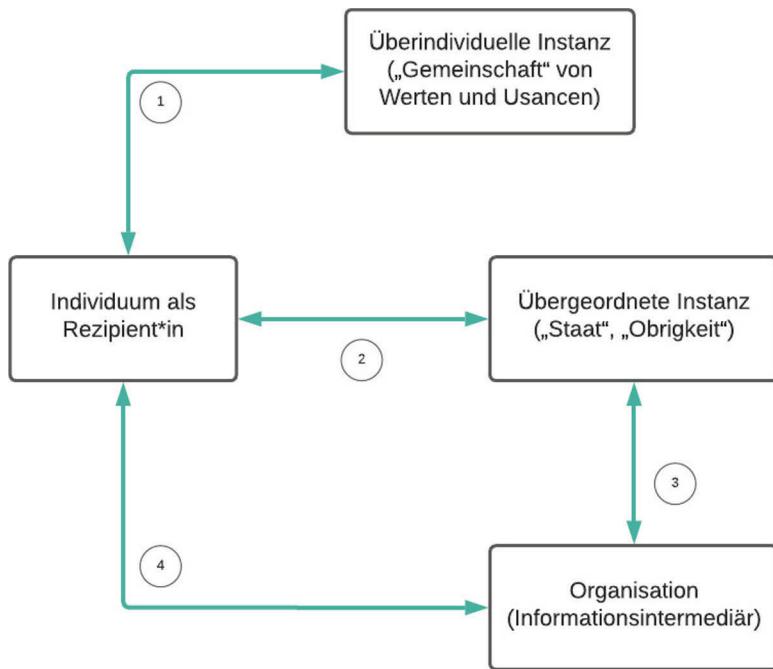
fremdgesteuert, mithilfe von Mechanismen, die wir nicht kontrollieren können« (Seemann 2014: 182).

Auch Bozdag nimmt mit seinem Konzept der *user autonomy* algorithmische Personalisierung in den Fokus. Dabei ist für ihn entscheidend, inwiefern Nutzer*innen die Kontrolle darüber ausüben, welche Information sie angezeigt bekommen. Allerdings will er *user autonomy* nicht als »full user control« (Bozdag 2013: 221) verstanden wissen: »User autonomy seems to have less to do with simply the degree of control and more to do with what aspects of the algorithm are controllable, and the user's conception and knowledge of the algorithm.« (ebd.: 221) Daher sollten Systeme, die auf Basis von Algorithmen Personalisierung vornehmen, mit den Nutzer*innen in Dialog treten und deutlich machen, warum und auf welcher Basis ein bestimmter Dienst personalisiert ist, sowie fragen, ob bestimmte Annahmen über die Nutzer*innen korrekt sind. So kontrollieren die Nutzer*innen zwar den Algorithmus nicht, können aber nachvollziehen, unter welchen Bedingungen bestimmte Empfehlungen gemacht werden.

2.2 Vier Relationen »digitaler Souveränität«

»Digitale Souveränität« bezieht sich im Diskurs um öffentliche Kommunikation also vor allem auf die Selbstbestimmung der Rezipient*innen gegenüber Informationsintermediären, also denjenigen, die Informationen auswählen, sortieren, personalisieren und gewichten (vgl. Abb. 2, Pfeil 4). Darüber hinaus identifiziert Hagenhoff (2020) aber noch drei weitere Beziehungen, in denen »digitale Souveränität« in der öffentlichen Kommunikation eine Rolle spielt (vgl. Abb. 2): Die Relation von Individuen als Rezipient*innen und überindividuellen Instanzen (1), die Relation von Individuen als Rezipient*innen und übergeordneten Instanzen (2) und die Relation von Organisationen bzw. Informationsintermediären und übergeordneten Instanzen (3).

Abbildung 2: Relationen »digitaler Souveränität« in der öffentlichen Kommunikation nach Hagenhoff (2020: 11ff.).



(1) *Relation von Individuen als Rezipient*innen und überindividuellen Instanzen (Wertzuschreibungen, Usancen)*

Überindividuelle Instanzen versteht Hagenhoff als Zusammenspiel von Werten und Usancen, die »für das Miteinander (implizite) Geflogenheiten und Wertzuschreibungen [setzen], ohne dass diese einen formalisierten Prozess durchlaufen« (2020: 14). Sie werden oft auch als »Kultur« bezeichnet. Was zur »Hochkultur« zählt, wird im traditionellen Kommunikationskontext beispielsweise in der Literaturwissenschaft und im Feuilleton verhandelt. Im Internetkontext etablieren die Nutzer*innen von Soziale-Netzwerk-Seiten hingegen eine eigene »Kultur der Digitalität« (vgl. Sahner 2021; s. auch Stalder 2021), indem sie Memes erstellen, variieren und v.a. referenzieren. Für die Souveränität der Rezipient*innen ergeben sich damit folgende Fragen: Wie souverän agieren Rezipient*innen gegenüber überindividuellen Instanzen,

also Wertzuschreibungen und Gepflogenheiten? Welche Rolle spielt beispielsweise die Erwünschtheit verschiedener medialer Formen (Bücherlesen wird als wertvoller wahrgenommen als das Rezipieren von Facebook-Posts) oder die Bewertung bestimmter Inhalte (»Trivialliteratur« wird als weniger wertvoll wahrgenommen als »klassische« Literatur) für die kommunikative Selbstbestimmung der Rezipient*innen? Wie souverän können Rezipient*innen diese Usancen und Wertzuschreibungen gestalten und setzen?

*(2) Relation von Rezipient*in als Individuum und übergeordneter Instanz (»Staat«, »Obrigkeit«)*

Übergeordnete Instanzen wie z.B. staatliche Akteur*innen legen Regeln fest, die für die Kommunikation in einer Gesellschaft und damit sowohl für Organisationen als auch für Individuen gelten. Ein Beispiel ist die in Art. 5 des Grundgesetzes festgelegte Meinungs- und Informationsfreiheit, die für jedes Individuum u.a. das Recht festschreibt, sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu informieren. (Digitale) Souveränität spielt in dieser Relation in folgenden Fragen eine Rolle: Wie selbstbestimmt agieren Rezipient*innen gegenüber übergeordneten Instanzen (Meinungsfreiheit vs. staatliche Zensur)? Wie souverän wirken Rezipient*innen an der Gestaltung der Regeln mit, die für die öffentliche Kommunikation in einer Gesellschaft gelten (demokratische vs. autoritäre Staatsformen)?

(3) Relation Organisation (Informationsintermediär) und übergeordnete Instanz (»Staat«, »Obrigkeit«)

Die Beziehung zwischen Informationsintermediären und übergeordneten Instanzen wirft aus der Perspektive beider Akteur*innen Fragen der (digitalen) Souveränität auf. Erstens: Wie souverän agieren staatliche Akteur*innen gegenüber Organisationen wie Informationsintermediären, v.a. wenn Letztere über herausragende ökonomische Macht verfügen? Zweitens: Wie selbstbestimmt agieren Informationsintermediäre gegenüber übergeordneten Instanzen? So legen gesetzliche Vorgaben wie der Medienstaatsvertrag (MStV) in Deutschland beispielsweise verbindliche Regeln für Informationsintermediäre fest; deren Wirkmächtigkeit ist jedoch umstritten (vgl. Liesem 2020; Dogrue et al. 2020).

*(4) Relation Rezipient*in als Individuum und Organisation (Informationsintermediär)*

Die Relation der Rezipient*innen als Individuen zu Organisationen, also Informationsintermediären, knüpft an die oben beschriebenen Diskurse

um Filtersouveränität, Nutzer*innen-Autonomie und kommunikative Selbstbestimmung an: Hier geht es um die Frage, wie abhängig bzw. unabhängig Rezipient*innen von der Inhalte-Auswahl verschiedener Informationsintermediäre sind, die Informationen für sie verfügbar, sichtbar und rezipierbar machen. Wie selbstbestimmt, autonom und souverän sind Rezipient*innen bei der Auswahl von Informationen, die durch Informationsintermediäre vermittelt werden?

Die hier aufgeführten vier Relationen bieten einen Ausgangspunkt, um Souveränität in der öffentlichen Kommunikation zu diskutieren – sowohl im Kontext traditioneller Kommunikationsumgebungen, als auch im Internetkontext (vgl. Hagenhoff 2020).

2.3 Wie verändert Digitalisierung die Souveränitätszustände in der öffentlichen Kommunikation?

Wie also verändert die Digitalisierung die Souveränität in den vier oben beschriebenen Relationen in der öffentlichen Kommunikation? Problematisch ist es, dass im Diskurs um die Auswirkungen der Digitalisierung auf die öffentliche Kommunikation die Kategorie der Veränderung eine enorme Bestimmungsunschärfe aufweist, die sich sowohl in Bezug auf den präzisen Gegenstand der Veränderung als auch in Bezug auf den Referenzzustand und -zeitpunkt ausprägt (differenziert zum »Wandel« s. Klymenko 2019: 11f.). Solange die »Differenzqualität der bestaunten und besprochenen, verschiedenen Phänomene zu vorangegangenen Zuständen oder alternativen (etablierten) Prozessen und Technologien nicht und nicht systematisch herausgearbeitet wurde« (Hagenhoff 2020: 4), erzeugen diese Diskurse keinen substanzuellen erkenntnistheoretischen Mehrwert. Vielmehr bedarf es einer gründlicheren, kriteriengeleiteten Analyse, die eine differenzierte Bewertung verschiedener Ausprägungen des Systems der öffentlichen Kommunikation ermöglicht.

An diesem Desiderat setzt dieser Beitrag an: Im Folgenden wird die Relation zwischen Rezipient*in und Informationsintermediär beispielhaft in den Blick genommen, um zu beschreiben, wie sich die Digitalisierung auf die Souveränitätszustände in der medienvermittelten öffentlichen Kommunikation auswirkt. Dazu ist eine Gegenüberstellung von traditionellen und Internet-Informationsintermediären gewinnbringend. Konkretisiert wird dieses anhand von Suchmaschinen als Internet-Intermediäre und Bibliotheken als traditionelle Intermediäre: Die Recherche in Bibliotheken wird vor allem in Forschungsarbeiten zu Privatsphäre-Fragen als Vorläufer oder Parallele zur

Suche in Suchmaschinen gesehen (vgl. Zimmer 2008; Nissenbaum 2010), sodass ein Vergleich dieser beiden Intermediärtypen auch für den Kontext der Nutzer*innen-Souveränität vielversprechend ist.

Ziel des Beitrags ist es, zu zeigen, wie auf Basis theoretischer Konzepte konkrete Kriterien für den Vergleich von traditionellen und Internet-Intermediären entwickelt und angewendet werden können. Die Analyse der Position von Suchmaschinen- und Bibliotheksnutzer*innen dient dabei der beispielhaften Illustration. Im Fokus dieses Beitrags stehen damit weniger die konkreten empirisch-heuristischen Erkenntnisse als vielmehr die Strategien, mit denen die Auswirkungen der Digitalisierung auf Souveränitätszustände in der medienvermittelten öffentlichen Kommunikation systematisch und kriteriengeleitet analysiert werden können.

3. Fallstudie: Souveränität als Salience bei Nutzer*innen von Bibliotheken und Suchmaschinen

Wie lässt sich also die Souveränität von Rezipient*innen in Relation zum traditionellen Intermediär *Bibliothek* und zum Internet-Intermediär *Suchmaschine* kriteriengeleitet analysieren? Das folgende Kapitel zeigt dies in einer Fallstudie auf. Dazu gibt Kapitel 3.1 zunächst einen Überblick über die Charakteristika von Bibliotheken und Suchmaschinen als Analyseobjekte. Zudem wird die Network-Gatekeeping-Theorie vorgestellt, die als theoretischer Rahmen und Analyseinstrument für die Untersuchung der Nutzer*innen-Position im traditionellen und im Internetkontext dient. Darauf aufbauend wird die Position der Nutzer*innen von Bibliotheken und Suchmaschinen anhand von vier Attributen analysiert und verglichen (s. Kap. 3.2 bis 3.5). Abschließend wird zusammengefasst, was sich daraus für die Differenzqualität der Nutzer*innen-Souveränität gegenüber Bibliotheken einerseits und Suchmaschinen andererseits ableiten lässt (s. Kap. 3.6).

3.1 Analyseobjekte und Analyseinstrument

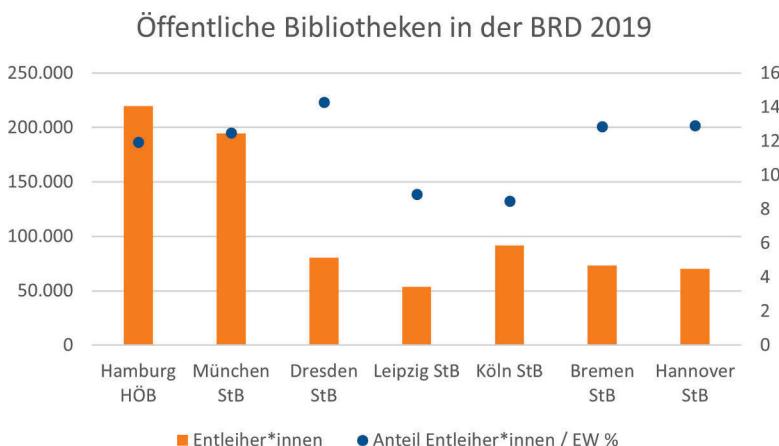
Analyseobjekt Bibliothek als traditioneller Informationsintermediär

Öffentliche Bibliotheken sind wichtige und relevante Intermediäre im System der medienvermittelten öffentlichen Kommunikation: Sie tragen zur Zirkulation redaktionell produzierter Informationen bei, indem sie aus den Neuerscheinungen der Medienmärkte Titel auswählen, diese warenartigen

Medien durch Erwerb oder Lizenzierung sowie physische Aufstellung in öffentlich zugängliche Information transformieren und durch Katalogisierung hierüber Transparenz für die Bürger*innen erzeugen (vgl. Umlauf 2015 und Rösch/Seefeldt/Umlauf 2019). Die Anzahl von gut 9.000 öffentlichen Bibliotheken in Deutschland (vgl. Rösch/Seefeldt/Umlauf 2019: 119) übersteigt die Anzahl der Buchhandlungen in Form von Ladengeschäften um das 1,5-fache (vgl. Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. 2018).

Die praktische Bedeutung von Bibliotheken für die Zirkulation von Informationen kann anhand ihrer Nutzung sowie ihrer Reichweite abgeschätzt werden. Auf Basis der Kennzahlen der Deutschen Bibliotheksstatistik (2019) lassen sich – trotz einiger Unschärfen im Datenbestand – grobe Aussagen über die Größenklasse der Reichweite von Bibliotheken und auch über systematische Unterschiede zu Suchmaschinen treffen. Abbildung 3 zeigt sieben Bibliotheken, die im Jahr 2019 laut ihrer Eigenangaben in der Statistik mehr als 70.000 aktive Nutzer*innen oder über 5 Millionen Entleihungen verzeichneten.

*Abbildung 3: Aktive Nutzer*innen und Anteil der aktiven Nutzer*innen an den Einwohner*innen im Jahr 2019 (Deutsche Bibliotheksstatistik 2019).*



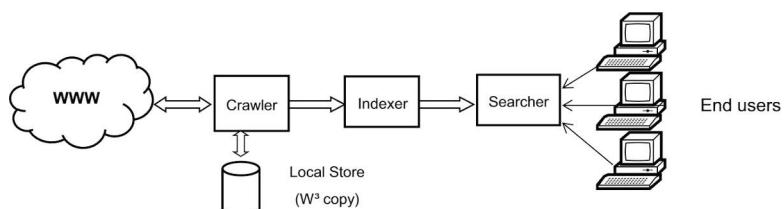
Bibliotheken umfassen nur einen Ausschnitt medial publizierter Inhalte. Die Größe dieses Ausschnitts kann eingeschätzt werden anhand der Anzahl

der Medieneinheiten einer Bibliothek. Für die zwölf größten Bibliotheken (mit einer Nutzer*innenzahl ab 50.000) liegt der Medianwert der verfügbaren Medieneinheiten bei ~ 540.000, für kleinere Bibliotheken mit einer Zahl an aktiven Nutzer*innen zwischen 4.000 und 6.000 liegt er bei ~ 45.000 Einheiten, über alle Bibliotheken bei ~ 6.800 Einheiten. Das Verzeichnis Lieferbarer Bücher (VLB) listet demgegenüber ca. 2,5 Millionen Titel. Damit ist über Öffentliche Bibliotheken nur ein Bruchteil des Publizierten zugänglich.

Analyseobjekt Suchmaschine als Internet-Informationsintermediär

Suchmaschinen sind »die wichtigsten Navigationshilfen im Internet« (Jürgens/Stark/Magin 2014: 98). Sie ermöglichen Nutzer*innen, in der unüberblickbaren Zahl an verfügbaren Webseiten diejenigen zu finden, die zu ihrem Informationsbedürfnis passen (vgl. Unkel 2019). Suchmaschinen bestehen aus drei konzeptionellen Komponenten (vgl. Lewandowski 2018; s. Abb. 4): Sogenannte *Crawler* folgen den Links auf bereits bekannten Webseiten, finden so neue Webinhalte und speichern sie. Dieser Speicher wird laufend aktualisiert und bildet das »Rohmaterial« (Lewandowski 2018: 32), aus dem die Suchmaschine einen *Index* erstellt. Hierfür extrahiert der *Indexer* aus den gespeicherten Webinhalten die Informationen, die deren Wiederauffinden und Ranking ermöglichen (vgl. Unkel 2019). Der *Searcher* arbeitet an der Schnittstelle zu den Nutzer*innen: Er erstellt auf Basis des Index eine Sammlung von Webinhalten, die zur Nutzer*innenanfrage passen. Ein Rankingmodul sortiert die Suchergebnisse anschließend so, dass ganz oben diejenigen Inhalte angezeigt werden, die aus Sicht der Suchmaschine am relevantesten für die jeweilige Suchanfrage sind (vgl. Milker 2019).

Abbildung 4: Komponenten von Suchmaschinen (Lewandowski 2018: 31).



Prinzipiell verfolgen Suchmaschinen das Ziel, »ein vollständiges Abbild des World Wide Web« (Lewandowski 2018: 33) zu erstellen. Aufgrund der Dynamik und Größe des Webs ist es aber äußerst schwierig zu untersuchen, wie viele Dokumente es im Web insgesamt gibt; damit ist auch eine Aussage darüber, welcher Anteil des Webs über Suchmaschinen auffindbar ist, nahezu unmöglich. Es ist jedoch davon auszugehen, dass Suchmaschinen über das Verfolgen von Links auf bekannten Seiten nicht das komplette World Wide Web erfassen können. Beim Crawlen werden zudem bestimmte Dokumente aufgrund technischer oder inhaltlicher Aspekte ausgeschlossen, beispielweise wegen Urheberrechtsverletzungen, des Jugendschutzes oder der Einordnung als Spam (vgl. ebd.). Dennoch bilden Suchmaschinen insgesamt einen beträchtlichen Anteil aller frei zugänglichen Dokumente im Web ab – dies wird vor allem im Vergleich zu Bibliotheken deutlich, die wie oben beschrieben nur einen Bruchteil aller auf dem Buchmarkt verfügbaren Publikationen anbieten.

Suchmaschinen haben eine sehr hohe Reichweite: Nach Andree und Thomsen (2020) nutzten 99,0 Prozent der Internetuser*innen in Deutschland im Jahr 2019 Suchmaschinen. Auch die repräsentative Mediengewichtungsstudie der Landesmedienanstalten kommt zu dem Schluss, dass 2019 über die Hälfte der Personen über 14 Jahre in Deutschland täglich eine Suchmaschine nutzte (vgl. Die Medienanstalten 2020). Deutlicher Marktführer ist dabei Google (vgl. Abb. 5 u. 6).

Abbildung 5: Tagesreichweite von Suchmaschinenanbietern in Deutschland (Die Medienanstalten 2020: 24).

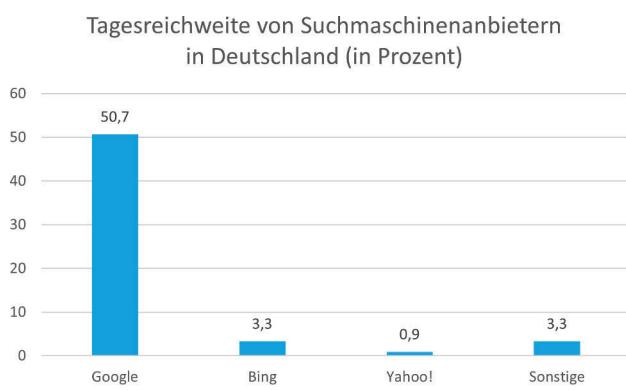
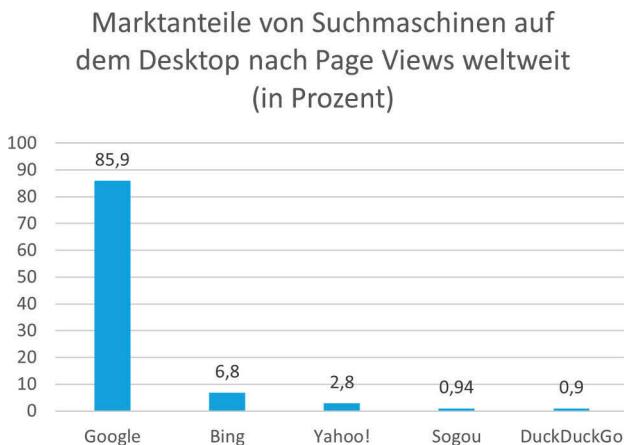


Abbildung 6: Marktanteile von Suchmaschinen auf dem Desktop nach Page Views weltweit (StatCounter 2021).



Network-Gatekeeping-Theorie als Analyseinstrument

Um die Relation zwischen Rezipient*innen und Informationsintermediären zu untersuchen, bietet die Network-Gatekeeping-Theorie (NGT) von Barzilai-Nahon (2008) einen theoretischen Rahmen. Sie setzt auf dem grundlegenden Phänomen des Gatekeeping auf, welches in allen Ausprägungsformen der öffentlichen Kommunikation anzutreffen ist. Barzilai-Nahon kritisiert allerdings traditionelle Gatekeeping-Ansätze, da diese den »changing communication environments« (DeIuliis 2015: 12) nicht gerecht werden, Gatekeeping als »one-way direction and top-down process« (Barzilai-Nahon 2008: 1494) begreifen und die Rolle der Rezipient*innen außer Acht lassen. Insbesondere die einfache Möglichkeit des Rollenwechsels von passiven Rezipierenden zu aktiven Beteiligten wird in den klassischen Ansätzen vernachlässigt. Mit der NGT entwirft Barzilai-Nahon daher eine interdisziplinäre Theorie, die den Gatekeeping-Ansatz für den Internetkontext ausbaut und erneuert (2009). Zentral ist dabei die Einführung des Begriffs der *Gated*, der diejenigen beschreibt, die einem Gatekeeping-Prozess unterliegen (Barzilai-Nahon 2008). Gated können individuelle Nutzer*innen, aber auch ökonomische Akteur*innen wie Unternehmen oder Verbände sein. *Gatekeeper* sind nach Barzilai-Nahon hingegen Instanzen, die Gatekeeping ausführen, die also Kontrolle

(s.o.: Points of Control) über Information ausüben »as it moves through a gate« (Barzilai-Nahon 2008: 1496; vgl. Kapitel 1.2).

Welche Position die Gated gegenüber dem Gatekeeper haben, ist in der NGT zentral und wird mit dem Begriff der *Gated Salience* beschrieben: *Salience* steht für die Wichtigkeit oder die Bedeutung der Gated für den Gatekeeper (vgl. Leavitt 2016) und damit »the degree to which gatekeepers give priority to competing gated claims« (Barzilai-Nahon 2009: 33), also die Möglichkeit der Gated, die Handlungen und Entscheidungen des Gatekeepers zu beeinflussen. Die Salience der Gated wird anhand von vier Attributen manifest: der politischen Macht der Gated gegenüber dem Gatekeeper; der Fähigkeit der Gated, selbst Informationen zu produzieren; der Beziehung der Gated zum Gatekeeper; und schließlich anhand der Alternativen, die zum Gatekeeper vorhanden sind (vgl. Leavitt 2016). Indem analysiert wird, in welcher Ausprägung ein Gated diese vier Attribute besitzt, kann die Salience eines bestimmten Gated gegenüber einem spezifischen Gatekeeper beschrieben werden (vgl. Barzilai-Nahon 2009). Damit bietet die NGT einen theoretischen Rahmen, um die Souveränität der Rezipient*innen als Gated in Relation zu Informationsintermediären als Gatekeeper zu analysieren.

Vorgehen bei der Analyse der Gated Salience

Oben wurde argumentiert, dass verschiedene Ausprägungen des Systems der öffentlichen Kommunikation einer kriteriengeleiteten Analyse bedürfen, um fundiertere Aussagen zu Andersartigkeit oder Veränderung erzeugen zu können. Die NGT bietet mit den vier Attributen nutzbare Kriterien, die im Folgenden auf die Untersuchungsobjekte Bibliothek sowie Suchmaschine angewendet werden. Untersucht werden soll, ob Gated ein Attribut besitzen oder nicht. Dieser Beitrag ist als ein erster Versuch einer solchen kriteriengleiteten Analyse der Differenzqualität zu verstehen, der methodisch herausfordernd ist und daher Grenzen aufweist: Neben einer Analyse anhand allgemeiner Strukturmerkmale der betrachteten Intermediäre macht es die große Bandbreite der realen Ausprägungen der beiden abstrakten Intermediäre jedoch auch erforderlich, konkrete Untersuchungsobjekte auszuwählen, an denen Umsetzungen der abstrakt beschriebenen Attribute geprüft werden. Welche Beispiele ausgewählt werden, ist dabei wie in allen qualitativen Studien entscheidend: Nicht alle Fälle, die zu einem bestimmten Untersuchungsgegenstand passen, können analysiert werden; zugleich beeinflusst die Auswahl der Fälle, »in welche Richtung die Ergebnisse einer Untersuchung

verallgemeinert werden können« (Przyborski/Wohlrab-Sahr 2014: 177). Für diese Untersuchung können folgende Überlegungen angestellt werden:

Es ist davon auszugehen, dass die öffentliche Kommunikation grundsätzlich von Gatekeepern mit großer Reichweite in größerem Maße mitgestaltet wird als von solchen, die nur relativ wenige Rezipient*innen erreichen. Die Verbreitung von Suchmaschinen lässt sich an ihrer Tagesreichweite festmachen, sodass der in Deutschland reichweitenstärkste Anbieter Google im Folgenden beispielhaft in den Blick genommen wird. Als Referenzpunkt werden diejenigen Bibliotheken in Deutschland betrachtet, die die größte absolute Anzahl an aktiven Nutzer*innen und Entleihungen aufweisen: Eine Bibliothek, die eine hohe fünfstellige Zahl an Nutzer*innen aufweist, ist ein potenziell wirkmächtigerer Intermediär als eine Bibliothek mit wenigen hundert Nutzer*innen. Nicht überraschend ist, dass sich die in diesem Sinne reichweitenstärksten Bibliotheken in Großstädten befinden (vgl. Abb. 3). Während die reichweitenstärksten Bibliotheken und Suchmaschinen in Deutschland den Ausgangspunkt der Analyse bilden, werden zusätzlich Beispiele einbezogen, die sich minimal und maximal von den Ausgangsbeispielen unterscheiden. Wenn ein oder mehrere der Beispiele zeigen, dass Gated ein Attribut innehaben – also z.B. politische Macht auf den Gatekeeper ausüben können –, ist dies ein Indikator dafür, dass Gated das jeweilige Attribut besitzen; zeigen ein oder mehrere Beispiele hingegen, dass Gated das Attribut nicht innehaben – also z.B. erfolglos versuchen, politische Macht auf den Gatekeeper zu nehmen –, deutet dies darauf hin, dass Gated das Attribut nicht besitzen. Die ausgewählten Fälle sind damit nicht zwingend repräsentativ, »sie repräsentieren aber sehr wohl die Strukturmuster« des Untersuchungsgegenstands (Przyborski/Wohlrab-Sahr 2014: 182). Dieses Vorgehen ist eine – für diesen ersten Zugang zur Analyse der Differenzqualität vereinfachte – Anwendung des *theoretical samplings* (s. hierzu Truschkat/Kaiser-Belz/Reinartz 2007; Baur/Blasius 2014).

3.2 Salience als Politische Macht

Barzilai-Nahon (2008: 150ff.) unterscheidet drei verschiedene Formen, wie Gated gegenüber dem Gatekeeper politische Macht ausüben können. Die erste Form von Macht besteht darin, dass ein*e Akteur*in eine*n andere*n Akteur*in dazu bringen kann, etwas zu tun, was diese*r sonst nicht getan hätte. Verfügen Gated über Macht dieser Art, können sie direkt Einfluss auf die Entscheidungen des Gatekeepers nehmen. In demokratisch organisierten Staaten

können Nutzer*innen von Informationsintermediären also politische Macht ausüben, indem sie als Wähler*innen die Gesetzgebung zu Informationsintermediären beeinflussen. Ob Regeln dann wirkmächtig sind, hängt davon ab, wie kostspielig die Ermittlung von Regelverstößen ist und wie effektiv Sanktionen wie Strafen oder Anreize wirken (vgl. Scott 2009). Die politische Macht der Gated hängt also auch davon ab, inwiefern die Einhaltung der gesetzlich festgelegten Regeln faktisch überprüft und sanktioniert werden kann. Eine Möglichkeit hierbei kann für Gated die gerichtliche Klage darstellen.

Gated können des Weiteren politische Macht ausüben, indem sie Einfluss auf die öffentliche Diskussion nehmen (zweite Form) und die Aufmerksamkeit sowie die Vorlieben von Entscheidungsträger*innen und anderen Gated beeinflussen (dritte Form). Nutzer*innen von Informationsintermediären können die öffentliche Diskussion beeinflussen, indem sie in kollektiven Aktionsgruppen, Interessengemeinschaften oder als Individuen mit großer Sichtbarkeit Forderungen an den Informationsintermediär stellen und verschiedene Formen des Protests ausüben (vgl. West 2017). Die gleichen Strategien können Nutzer*innen von Informationsintermediären anwenden, um die dritte Form von Macht auszuüben, z.B. indem sie mit individuellen oder kollektiven Aktionsformen andere Nutzer*innen beeinflussen oder die Aufmerksamkeit von Entscheidungsträger*innen auf eine bestimmte Problematik lenken, die die Praktiken des Informationsintermediärs mit sich bringen – beispielsweise durch Demonstrationen, Online-Petitionen und Postkarten- oder E-Mail-Aktionen an Entscheidungsträger*innen.

Politische Macht der Gated von Bibliotheken

Öffentliche Bibliotheken sind keine privatwirtschaftlichen Unternehmen, sondern meist Einrichtungen der öffentlichen Hand. Dies ist für die politische Macht der Gated von Bibliotheken entscheidend. Gut die Hälfte der etwa 9.000 Öffentlichen Bibliotheken in Deutschland befindet sich in kommunaler Trägerschaft oder der Trägerschaft von Landkreisen. Als »öffentliche Anstalten mit dem Status einer nachgeordneten Behörde« (Deutscher Bundestag – Wissenschaftliche Dienste 2008: 14) unterliegen sie verbindlichen Vorschriften und Regeln, die von Stadträten und Kreistagen erlassen werden. Über die Zusammensetzung dieser Gremien bestimmten die Nutzer*innen Öffentlicher Bibliotheken als Wähler*innen in der jeweiligen Kommune. Zudem steht den Nutzer*innen von Bibliotheken die Möglichkeit einer Klage gegen das Vorgehen von Bibliotheken offen – meist vor dem örtlichen Verwaltungsgericht. So wehrten sich Nutzer*innen verschiedener kommunaler

Bibliotheken in Deutschland im Zeitraum von 2000 bis 2015 gerichtlich gegen Hausverbote, Säumnisgebühren oder die Einstellung des Bücherbusses (vgl. Bibliotheksurteile 2020). Unterschieden werden müssen Öffentliche Bibliotheken in der Trägerschaft von Kommunen oder Landkreisen von solchen in der Trägerschaft von Pfarr- und Kirchengemeinden. Letztere unterstehen den für die Gemeinde zuständigen Pfarrer*innen oder rechtlich vertretenden Gremien, z.B. dem Kirchenvorstand oder Pfarr- und Kirchengemeinderäten (vgl. Rösch/Seefeldt/Umlauf 2019: 89). Gewählte Gremien haben nur in nachgeordneter Stellung nach dem*der Pfarrer*in Entscheidungsbefugnisse für die jeweilige Bibliothek. Zudem werden diese Gremien ausschließlich von den Mitgliedern der jeweiligen Kirchengemeinde gewählt (vgl. Evangelische Landeskirche in Baden 2007; Zawidzki/Gahlau 2018). Somit haben lediglich diejenigen Nutzer*innen kirchlicher Bibliotheken, die der entsprechenden Konfession angehören, als Wähler*innen Einfluss auf die Gremien, die Leitsätze und Vorschriften für die Bibliotheken festlegen. Nutzer*innen, die nicht Mitglied der jeweiligen Kirchengemeinde sind, können keinen direkten Einfluss auf kirchliche Bibliotheken nehmen.

Inwiefern Gated von Bibliotheken auf der zweiten und dritten Macht-Ebene Einfluss auf den Gatekeeper nehmen können, lässt sich nicht eindeutig bestimmen. Während einige Beispiele zeigen, dass Nutzer*innen erfolgreich Einfluss auf Entscheidungen des Gatekeepers nehmen, indem sie die öffentliche Diskussion, andere Nutzer*innen und Entscheidungsträger*innen beeinflussen, zeigen andere Beispiele, dass Nutzer*innen hierbei keine Einflussnahme gelingt. Wieder andere Beispiele machen deutlich, dass vereinzelte Bibliotheken ihre Nutzer*innen von sich aus aktiv in Entscheidungsprozesse einbinden. Für ein solches aktives Einbeziehen nutzen Bibliotheken verschiedene Methoden der Bürgerbeteiligung.

Für das Attribut der politischen Macht der Gated von Bibliotheken ergibt sich also ein differenzierteres Bild: So können Gated von Bibliotheken, die von Kommunen oder Landkreisen getragen werden, eindeutig die erste Form politischer Macht auf den Gatekeeper ausüben. Die politische Macht der Gated von Bibliotheken in kirchlicher Trägerschaft hängt jedoch davon ab, ob die jeweiligen Gated Mitglied der entsprechenden Kirchengemeinde sind und wie stark die Stellung des Kirchen- oder Pfarrgemeinderates gegenüber dem*der Pfarrer*in ist. Ob Gated auf der zweiten und dritten Macht-Ebene Einfluss auf den Gatekeeper nehmen können, ist nicht eindeutig zu bestimmen; dies entscheidet sich von Fall zu Fall.

Politische Macht der Gated von Suchmaschinen

Dass Gated von Suchmaschinen in Deutschland mittels gesetzlicher Regulierung Einfluss auf Suchmaschinenbetreiber nehmen können, zeigen die Regelungen der *EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)* und des *Medienstaatsvertrags (MStV)*. Der MStV verpflichtet Suchmaschinen als Medienintermediäre u.a. dazu, die Kriterien für die Selektion und Präsentation von Suchergebnissen transparent zu machen und zu verhindern, dass »diese Kriterien Angebote unmittelbar oder mittelbar unbillig systematisch behindern« (MStV § 93, Absatz 2). Spezielle Regelungen für Suchmaschinen enthält auch die DSGVO, indem sie das sogenannte »Recht auf Vergessenwerden« festschreibt. Dieses verpflichtet die Betreiber von Suchmaschinen dazu, Nutzer*innen die Möglichkeit zu geben, die Löschung von Suchergebnissen zur eigenen Person zu beantragen (vgl. Leutheusser-Schnarrenberger 2018; Datenschutz.org 2020).

Als Wähler*innen der Politiker*innen, die Gesetze in Deutschland bzw. in der Europäischen Union erlassen, haben Gated von Suchmaschinen also die Möglichkeit, die erste Form politischer Macht gegenüber Suchmaschinenbetreiber auszuüben. Inwieweit die Transparenz- und Diskriminierungsfreiheitsvorgaben des MStV Wirkung entfalten, ist allerdings umstritten (vgl. Liesem 2020; Dogruel et al. 2020). Zudem bleibt fraglich, inwiefern Regulierungsmaßnahmen in nationalem bzw. europäischem Recht greifen, da Suchmaschinen international agierende Unternehmen sind (vgl. Dörr/Schuster 2014).

Diese Problematik wird auch deutlich, wenn Nutzer*innen außerhalb der USA ihre Interessen gegenüber Suchmaschinenbetreibern wie Google mithilfe gerichtlicher Klagen durchzusetzen versuchen: Hier ist bislang die Frage ungeklärt, ob die Klagezustellung an einen deutschen Firmensitz des Suchmaschinenunternehmens zulässig ist oder ob Kläger*innen eine kostenaufwendige Klagezustellung in die USA auf sich nehmen müssen (vgl. Truscheit 2019; Emonts 2019).

Die Frage, ob Gated von Suchmaschinen die zweite und dritte Form von Macht gegenüber dem Gatekeeper ausüben können, kann nicht eindeutig beantwortet werden: Verschiedene Typen von Suchmaschinen-Gated haben in unterschiedlichem Maße die Möglichkeit, Einfluss auf die öffentliche Diskussion, andere Nutzer*innen und Entscheidungsträger*innen zu nehmen. So haben Gated, die zugleich Angestellte eines Suchmaschinenunternehmens sind, eine hervorgehobene Position und können auf der zweiten und dritten Macht-Ebene Einfluss auf den Gatekeeper nehmen: Die Entwicklung einer zensierten Suchmaschine für China scheiterte beispielsweise am Widerstand

von Google-Mitarbeiter*innen (vgl. Matthes 2018). Auch die Proteste gegen Neuerungen in der Google-Bildersuche zeigen, dass die politische Macht zweiter und dritter Form bei verschiedenen Typen von Gated unterschiedlich ausgeprägt ist: So ist der Einfluss, den Gated auf den Gatekeeper ausüben können, stark von der wirtschaftlichen Größe und Bedeutung der Gated abhängig (vgl. Initiative Urheberrecht 2017, 2018). Die Möglichkeit, die öffentliche Diskussion, andere Nutzer*innen und Entscheidungsträger*innen zu beeinflussen und damit politische Macht auf den Gatekeeper auszuüben, ist also nicht für alle Gated von Suchmaschinen gleichermaßen gegeben.

3.3 Salience als Fähigkeit der Produktion von Information

Für die Salience der Gated ist weiterhin entscheidend, ob sie die Fähigkeit besitzen, selbst Inhalte verschiedener Formate zu produzieren und zu verbreiten. Die Fähigkeit und Möglichkeit der aktiven Teilhabe an medial vermittelter Kommunikation entspricht der oben genannten umfänglichen Zugänglichkeit zur Öffentlichkeit. Die NGT unterscheidet sich dabei stark von traditionellen Gatekeeping-Ansätzen, die lediglich den Gatekeeper als Produzenten und Verbreiter von Inhalten untersuchen und die Informationsproduktion durch die Gated außen vor lassen (vgl. Barzilai-Nahon 2009). Gated besitzen das Attribut der Informationsproduktion aber nur dann in wirksamer Form, wenn die von ihnen produzierten Inhalte andere Nutzer*innen auch tatsächlich erreichen:

»The ability of the gated to produce information does not necessarily ensure that information will reach other people. Information production is merely a prerequisite for information transfer [...]. Therefore, although content is apparently easy to produce, some political, economical, and social impediments exist for the gated to reach other users.« (Barzilai-Nahon 2008: 1500)

Informationsproduktion der Gated von Bibliotheken

Die grundsätzliche Rolle von Bibliotheken besteht, wie oben beschrieben, darin, Bürger*innen Medien (unentgeltlich oder sehr kostengünstig) zugänglich zu machen. Die Bibliothek befindet sich innerhalb des Systems der öffentlichen Kommunikation funktional auf der gleichen Stufe wie der Buch- und Pressehandel. Die Unterstützung der Produktion von Informationen ist (bisher) nicht die Aufgabe dieses Typs von Intermediär. Mit der obigen Argumentation – die Produktion von Informationen ist wirkungslos ohne

Zirkulation oder Distribution – können dennoch zwei Aspekte diskutiert werden:

Zum einen kann die Frage thematisiert werden, wie sich das Portfolio von Öffentlichen Bibliotheken als Gatekeeper mit der Funktion, die Zirkulation von Medien zu unterstützen, zusammensetzt in Bezug auf die Art der Inhalteproduzent*innen. Traditionell werden Bücher von Verlagen erzeugt, also in professionellen Strukturen im oben diskutierten Sinne (Leistungsrollen) hervorgebracht. Im Zuge der Digitalisierung wurde das Selfpublishing möglich: Autor*innen veröffentlichen Bücher ohne diese professionellen Strukturen, aber mithilfe von Plattformen wie Kindle Direct Publishing oder Epubli. Über den etablierten Buchhandel sind solche Titel verfügbar, wenn sie über eine ISBN verfügen, also das zentrale Metadatum des Wertschöpfungssystems *Buch* aufweisen. In öffentlichen Bibliotheken spielen laut einer Studie von 2017 Titel von Selfpublishern »generell keine Rolle« (Behrens 2017: 187). Auch das Bibliothekskonzept der Bücherhallen Hamburg für das Jahr 2021 legt beispielsweise fest: »Wird ein Titel von einem Self-Publisher angeboten, wird er nicht in den Bestand aufgenommen, da keine Qualitätssicherung durch einen Verlag gegeben ist.« (Schwemer-Martienßen/Studt 2021: 93) Darüber hinaus dürften Selfpublishing-Titel dem Fokus der meisten Erwerbungsbibliothekar*innen in Öffentlichen Bibliotheken ohnehin entgehen: Zahlreiche Öffentliche Bibliotheken in Deutschland stützen sich bei der Erwerbung vorrangig auf einen Lektoratsdienst der Einkaufszentrale für Öffentliche Bibliotheken (ekz), der aus den etwa 80.000 Verlagspublikationen pro Jahr ca. ein Viertel auswählt und für Bibliothekar*innen rezensioniert (vgl. ekz.bibliotheksservice GmbH 2021).

Zweitens könnten Bibliotheken ihren Nutzer*innen einen aktiven Kommunikationskanal bieten, in dem sie die Kommentierung bzw. Besprechung der gelesenen Werke auf den Bibliotheksseiten ermöglichen und hierüber eine moderne Variation der Lesegesellschaften ausprägen. So ermöglichen die Stadtbibliotheken Köln und Hannover ihren Nutzer*innen beispielsweise, »Leserbewertungen« zu einzelnen Titeln im Onlinekatalog der jeweiligen Bibliothek zu veröffentlichen. Eine solche Funktion wurde aber nur bei zwei der sieben Bibliotheken mit der größten Reichweite in Deutschland gefunden. Eher unwahrscheinlich ist es, dass auch Nutzer*innen von Bibliotheken mit geringer Reichweite Rezensionen über den Onlinekatalog des jeweiligen Gatekeepers verbreiten können: Die drei Bibliotheken, die 2019 die wenigsten Entleihungen verzeichneten, namentlich die Gemeindebüchereien Treben, Kettenkamp und Höxter, stellen gar keinen Onlinekatalog zur Verfügung.

Insgesamt haben Bibliotheksnutzer*innen das Attribut der Informationsproduktion – mit wenigen kleinen Ausnahmen – also nicht inne, was im Kern aber der definierten Aufgabe einer Bibliothek entspricht. Gleichzeitig hilft der etablierte Intermediär Öffentliche Bibliothek allerdings auch nicht dabei, dass zur Kommunikation ertüchtigte Individuen als Selfpublishing-Autor*innen hörbar werden, indem ihre Werke auf einem etablierten Weg zur Zirkulation gebracht werden.

Informationsproduktion der Gated von Suchmaschinen

Auch Suchmaschinen sind in ihrer funktionalen Logik innerhalb des Systems der öffentlichen Kommunikation nicht dazu entworfen worden, die Produktion von Informationen zu unterstützen, sondern produzierte Information zu finden. Dennoch kann auch hier, anknüpfend an die obige Diskussion des Selfpublishings, ein Aspekt diskutiert werden, der ggf. eine strukturelle Divergenz zu etablierten Intermediären aufzeigt. Mithilfe digitaler Tools wie Wordpress oder Tumblr, »that are ready-to-use and easy-to-use« (Barzilai-Nahon 2008: 1500), verfügt der* die aktiv kommunizierende Bürger*in über einen kommunikativen Zugang zur Öffentlichkeit. Wie argumentiert, wird die Produktion von Information aber erst dann wirksam, wenn potenzielle Empfänger*innen diese auch wahrnehmen und zu faktischen Rezipient*innen werden. Hierbei helfen Suchmaschinen, die, wie in Kapitel 3.1 beschrieben, konzeptionell alles finden, was im frei zugänglichen Internet positioniert wurde. Suchmaschinen sind daher ein prinzipiell wirksamer Intermediär, der bei der Zirkulation der produzierten Informationen hilft. Wie gut dieses faktisch gelingt, hängt a) von der technischen Implementierung, dem Geschäftsmodell und den Voran nahmen der Suchmaschinenanbieter ab, aber auch b) vom Klickverhalten der Webnutzer*innen und davon, ob es c) den Gated möglich wird, Fähigkeiten im Bereich von Search Engine Optimization (SEO) zu erwerben, also Strategien zu entwickeln, die die Webseite möglichst weit oben in der Ergebnisliste erscheinen lassen (vgl. Kelsey 2017).

Dabei können verschiedene Formen von Verzerrungen (sog. Bias) entstehen: Die Algorithmen, die über die Zusammensetzung von Suchergebnislisten entscheiden, sind zwangsläufig von menschlichen Vorannahmen geprägt und damit nicht neutral. Zudem ist die Sichtbarkeit selbst erstellter Inhalte einzelner Gated auch von deren jeweiligen Ressourcen abhängig: Da das Geschäftsmodell von Suchmaschinen wie Google auf dem Verkauf personalisierter Werbung basiert, sind Inhalte, die als bezahlte Anzeigen prominent in der Suchergebnisliste platziert werden, deutlich sichtbarer als andere Inhalte. Auch die

Umsetzung von SEO erfordert Zeit, Fähigkeiten oder finanzielle Ressourcen und führt damit zu Verzerrungen in der Sichtbarkeit von Inhalten in Suchergebnislisten. So können Medienangebote wie Spiegel Online beispielsweise eine deutlich größere Sichtbarkeit in Suchmaschinen erreichen als individuelle Gated (vgl. Brosius 2016; Lewandowski 2018).

3.4 Salience als Beziehung der Gated zum Gatekeeper

Die Salience der Gated gegenüber dem Gatekeeper wird auch durch die Beziehung zum Gatekeeper bestimmt. Zwischen Gated und Gatekeeper können Positionen ausgehandelt werden, wenn eine direkte und dauerhafte Verbindung zwischen beiden vorliegt. Ein direkter Austausch ermöglicht es den Gated, ihre Macht bzw. die Art der Beziehungen zum Gatekeeper zu verändern. Um die Beziehung zwischen Nutzer*innen und Informationsintermediären beschreiben zu können, muss also untersucht werden, ob es einen regelmäßigen, direkten und gegenseitigen Austausch zwischen dem jeweiligen Informationsintermediär als Gatekeeper und den Nutzer*innen als Gated gibt. Dazu müssen mehrere Fragen beantwortet werden:

- Kommunizieren die Gatekeeper direkt mit den Gated, und wenn ja, wie oft?
- Gibt es einen Kommunikationskanal, über den die Gated direkt mit dem Gatekeeper kommunizieren können?
- Erhalten die Gated eine Rückmeldung vom Gatekeeper? Reagieren Gatekeeper auf Anfragen, Kritik, Forderungen und Wünsche der Gated?

Beziehung der Gated von Bibliotheken zum Gatekeeper

Gated von Bibliotheken haben das Attribut der Beziehung zum Gatekeeper eindeutig inne: Die hier beispielhaft untersuchten Öffentlichen Bibliotheken bieten ihren Nutzer*innen etliche Kommunikationskanäle und Möglichkeiten, um mit ihren Mitarbeiter*innen Kontakt aufzunehmen – neben Besuchs- und Mailadressen finden Nutzer*innen auf den Bibliothekswebsites auch Telefonnummern und Online-Kontaktformulare. Der Austausch zwischen Bibliotheken und Nutzer*innen kann dabei als wechselseitig beschrieben werden: So veröffentlichte die Stadtbibliothek Bremen beispielsweise die Ergebnisse ihrer Nutzungsbefragung von 2019 auf ihrer Website. Dabei werden

einzelne Kritikpunkte und Fragen der Nutzer*innen herausgegriffen und von der Bibliothek beantwortet (vgl. Stadtbibliothek Bremen 2019a).

Darüber hinaus treten Bibliotheken als Gatekeeper von sich aus in die Kommunikation mit ihren Nutzer*innen, indem sie über neue Angebote und Dienstleistungen, Veranstaltungen und Neuerungen informieren, beispielsweise auf der eigenen Website, der Website des Trägers, auf Sozialen Netzwerk-Seiten, mit einem Newsletter oder mit Flyern, Broschüren und Plakaten (vgl. Bibliotheksportal 2017).

Wie ausführlich und regelmäßig Bibliotheken mit ihren Nutzer*innen kommunizieren und wie viele Kommunikationskanäle Nutzer*innen zur Verfügung stehen, hängt allerdings stark von der Größe der jeweiligen Bibliothek ab. Nimmt man als maximal kontrastierende Beispiele zu den reichweitenstärksten Bibliotheken in Deutschland diejenigen Bibliotheken in den Blick, die im Jahr 2019 die geringsten Ausleihzahlen verzeichneten, wird dies deutlich: Die Gemeindepbuchotheken Treben, Kettenkamp und Höxter haben keinen Webauftritt; auch Kontaktdaten wie eine Telefonnummer oder eine Mailadresse sind nicht zu finden. Insgesamt haben Bibliotheksnutzer*innen das Attribut der Beziehung zum Gatekeeper dennoch eindeutig inne: Auch Nutzer*innen kleiner Bibliotheken ohne Webauftritt und Social-Media-Accounts haben die Möglichkeit, vor Ort mit den Bibliotheksmitarbeiter*innen Kontakt aufzunehmen und in einen direkten, wechselseitigen und dauerhaften Austausch zu treten.

Beziehung der Gated von Suchmaschinen zum Gatekeeper

Nutzer*innen der Suchmaschine Google finden hingegen nur mit Ausdauer einen Kommunikationskanal, über den sie den Suchmaschinenbetreiber kontaktieren können. Auf der Kontaktseite von Google wird zunächst die Adresse des Unternehmenssitzes in Irland angezeigt (vgl. Google 2021a; s. Abb. 7); die Postadresse der Hamburger Google-Zentrale und eine Telefonnummer mit deutscher Vorwahl ist nur mit weiterer Recherche zu finden (vgl. Google 2021b).

Abbildung 7: Kontaktseite von Google (Google 2021a).

Wie können wir Ihnen helfen?

Hilfe und Support

Haben Sie Fragen oder möchten Sie ein Problem mit einem Google-Produkt oder -Dienst melden? Kein Problem.

[Support anfordern](#)

Google-Hauptsitz

Gordon House, Barrow Street
Dublin 4
Ireland

E-Mail: support-deutschland@google.com
Weitere Unternehmensinformationen finden Sie im Impressum.

Karriere bei Google

Weitere Informationen zu unseren Teams und offenen Stellen.

[Stellenanzeigen ansehen](#)

Nutzer*innen werden unter dieser Nummer jedoch nicht mit einem* einer Mitarbeiter*in des Suchmaschinenanbieters verbunden, sondern gelangen nach mehreren automatisierten Auswahlmöglichkeiten schließlich zur Ansage »leider haben wir keine festen Support-Teams in diesem Office« und werden auf die Support-Seite von Google verwiesen. Gated des Suchmaschinenanbieters Google haben damit nur sehr eingeschränkt die Möglichkeit, den Gatekeeper direkt zu kontaktieren.

Auch wechselseitig ist der Kontakt der Gated zu Suchmaschinen nicht: Auf Anfragen erhalten Nutzer*innen meist keine Rückmeldung (vgl. Keddi 2015) oder lediglich »vorgefertigte Sätze« (Emonts 2019). Über Accounts in den Sozialen Netzwerk-Seiten Facebook, Instagram, Youtube und Twitter berichtet Google Deutschland jedoch von seinen Produkten und über Neuigkeiten aus dem Unternehmen (vgl. Google 2021a) und nutzt hierfür auch einen Blog in englischer Sprache (vgl. Google 2021c). Damit tritt Google Deutschland zwar mit denjenigen Nutzer*innen von sich aus in Kontakt, die auch Soziale-Netzwerk-Seiten nutzen. Von einem regelmäßigen, direkten und gegenseitigen Austausch zwischen Gatekeeper und Gated kann beim Suchmaschinenanbieter Google jedoch nicht gesprochen werden.

Auch die Nutzer*innen von Bing und Yahoo haben ähnlich eingeschränkte Möglichkeiten, mit den jeweiligen Suchmaschinenanbietern in Kontakt zu treten, und stehen nicht in direktem, regelmäßigem und wechselseitigem Kontakt mit dem Gatekeeper. Gleiches gilt für die Anbieter DuckDuckGo und Startpage, die sich von den marktführenden Suchmaschinen dadurch

unterscheiden und abgrenzen, dass sie die Privatsphäre ihrer Nutzer*innen schützen. Gated von Suchmaschinen haben damit das Attribut der Beziehung zum Gatekeeper nicht inne.

3.5 Salience in Form von Alternativen der Gated zum Gatekeeper

Das vierte und letzte Attribut, das den Gated Salience gegenüber dem Gatekeeper verleiht, sind Alternativen: Also die Chance der Gated, sich bei der Auswahl des Gatekeepers zwischen zwei oder mehr Möglichkeiten zu entscheiden. Dabei differenziert Barzilai-Nahon zwischen dem »legal or social right« (Barzilai-Nahon 2008: 1501), eine alternative Informationsquelle zu nutzen, und den Alternativen, die den Gated de facto zur Verfügung stehen. Gründe für einen Mangel an Alternativen gibt es mehrere: So kann der Gatekeeper ein Monopol haben; es gibt also keine Akteur*innen, Infrastrukturen oder Technologien, die einen vergleichbaren Dienst anbieten. Aber auch die Kosten oder der Aufwand, den die Nutzer*innen aufbringen müssten, um zu einem alternativen Angebot zu wechseln, können zu hoch sein (Lock-in-Effekt). Eine De-facto-Alternative ist auch dann nicht vorhanden, wenn Gated lediglich einen spezifischen Gatekeeper umgehen können, indem sie stattdessen einen anderen »within the same community« wählen, »which may well be subject to the same biases and procedures« (Barzilai-Nahon/Neumann 2005: 251). So kann ein*e Radiohörer*in beispielsweise als Alternative zu einem Radiokanal einen anderen Radiokanal wählen; dieser ist aber ebenfalls von einem vergleichbaren editorischen Gatekeeping-Prozess geprägt (vgl. ebd.).

Nutzer*innen eines bestimmten Informationsintermediärs steht also nur dann eine De-facto-Alternative zu Verfügung, wenn mindestens ein weiterer Informationsintermediär einen vergleichbaren Dienst anbietet und dabei nicht derselben Prozess- und Bias-Kultur unterliegt. Zugleich müssen Kosten und Aufwand eines Intermediärswechsels für die Nutzer*innen vertretbar sein.

Alternativen der Gated von Bibliotheken

Gated von Öffentlichen Bibliotheken haben nur in Ausnahmefällen eine De-facto-Alternative zur Verfügung. So stehen den etwa 11.014 Gemeinden in Deutschland (vgl. Rudnicka 2020) insgesamt nur knapp 5.000 Öffentliche Bibliotheken in kommunaler Trägerschaft gegenüber. Zählt man die Bibliotheken in kirchlicher Trägerschaft mit, gibt es dennoch nur in etwa 73 Prozent der Kommunen in Deutschland überhaupt eine Öffentliche Bibliothek. Dar-

über hinaus ist fraglich, inwiefern Bibliotheken in kirchlicher Trägerschaft für Gated von kommunalen Öffentlichen Bibliotheken als Gatekeeper mit einem vergleichbaren Angebot gelten können: Sie verfügen meist über ein stark eingeschränktes Angebot im Hinblick auf Öffnungszeiten, Bestand und Personal (vgl. Seefeldt 2018; vgl. Rösch/Seefeldt/Umlauf 2019).

Vor allem in größeren Städten stehen den Gated von Öffentlichen Bibliotheken auch wissenschaftliche Bibliotheken wie Hochschul-, Regional- oder Forschungsbibliotheken zur Verfügung. Diese unterscheiden sich in ihren Aufgaben sowie Zielgruppen und damit auch in den Beständen und Nutzungsbedingungen meist stark vom Angebot Öffentlicher Bibliotheken (vgl. ebd.). Damit können wissenschaftliche Bibliotheken eher als Ergänzung denn als Alternative zum Angebot Öffentlicher Bibliotheken verstanden werden.

Öffentliche Bibliotheken in anderen, z.B. benachbarten, Kommunen können ebenfalls nicht als De-facto-Alternativen zählen, da sie ähnlichen Prozessen und Bias-Kulturen unterliegen wie die Öffentliche Bibliothek der Heimatgemeinde und beispielsweise den gleichen Lektoratsdienst als Grundlage für den Bestandsaufbau nutzen (vgl. ekz Gruppe 2021). Bibliotheken sind zudem für die Nutzer*innen physischer Medien lokal fixierte Intermediäre. Einige Bibliotheken stellen Nutzer*innen nur einen Bibliotheksausweis aus, wenn sie ihren Wohnsitz in der entsprechenden Kommune haben (z.B. Stadtbibliothek Bremen 2019b). Je nach Entfernung der nächstgelegenen Kommune mit Öffentlicher Bibliothek und Lebenssituation der Nutzer*innen ist zudem der Aufwand eines Gatekeeper-Wechsels damit unterschiedlich hoch: Für Berufspendler*innen, die in einer Gemeinde arbeiten und in einer anderen Gemeinde wohnen, ist der Aufwand eines Gatekeeper-Wechsels zum Beispiel geringer als für mobilitätseingeschränkte Einwohner*innen in Gemeinden mit schlechter ÖPNV-Anbindung. Prinzipiell ist die Onleihe, also die Ausleihe elektronischer Bücher, ohne lokalen Bezug zur anbietenden Bibliothek möglich, jedoch realisieren nicht alle Bibliotheken diesen Dienst entsprechend nutzerfreundlich, also ohne persönliche Anmeldung vor Ort. Da E-Books zeitgleich nur von so vielen Nutzer*innen ausgeliehen werden können, wie die Bibliothek Lizzenzen erworben hat, liegt es auch nicht zwingend im Interesse einer jeden Bibliothek, möglichst viele auswärtige Nutzer*innen zu attrahieren, wird hierdurch doch potenziell die Versorgung der Mitglieder der Kommune im Wettbewerb um attraktive Titel eingeschränkt. Da nicht alle Bibliothekskonten kostenfrei sind, ist eine beliebige Ausdehnung der Mitgliedschaften aus Perspektive der Gated nicht erstrebenswert. Auch Sortiments- und Online-Buchhandlungen können nicht als Alternativen gelten,

da die Nutzung ihrer Angebote mit deutlich höheren Kosten verbunden ist als die Nutzung von Bibliotheken.

Alternativen der Gated von Suchmaschinen

Ob Gated von Suchmaschinen eine Alternative zum Marktführer Google zur Verfügung steht, ist Gegenstand von Diskussionen: Mit dem sogenannten »one click away«-Argument wird angeführt, dass Nutzer*innen von Google ohne Aufwand und Kosten zu einer alternativen Suchmaschine wie beispielsweise Bing, Yahoo oder auch DuckDuckGo und Ecosia wechseln können. Ob diese Alternativen jedoch einen vergleichbaren Dienst anbieten, ist umstritten: So führt die Marktmacht von Google dazu, dass die Mehrzahl der Website-Betreiber*innen ihre Seiten im Hinblick auf die Auffindbarkeit durch den Such- und Ranking-Algorithmus von Google optimiert. Zudem hat Google die Möglichkeit, über eine immense Zahl an Nutzer*innen und deren Suchverhalten Daten zu sammeln und auszuwerten. Dadurch kann das Unternehmen seine Dienste optimieren, sodass es über einen »Innovationsvorsprung gegenüber kleineren Konkurrenten« (Hartl 2017: 118) verfügt.

So sieht das auch der Suchmaschinenanbieter Startpage, der auf seiner Website schreibt: »You can't beat Google when it comes to online search.« (Startpage o.J.) Daher bezahlt Startpage Google dafür, dessen Suchergebnisse zu nutzen – und garantiert Nutzer*innen gleichzeitig, dass keine Daten über ihre Suchanfragen und ihr Surfverhalten gesammelt und weitergegeben werden (ebd.). Damit bietet Startpage Nutzer*innen zumindest in Bezug auf den Schutz der Privatsphäre eine Alternative zum Suchmaschinenanbieter Google.

3.6 Vergleich der Salience der Gated von Bibliotheken und Suchmaschinen

Insgesamt wird deutlich, dass für mehrere Attribute keine eindeutige Aussage getroffen werden kann, ob Gated diese besitzen (vgl. Tab. 1, mit »?« markierte Felder). Die Gründe hierfür sind verschieden: Ob Gated ein Attribut besitzen, ist in einigen Fällen für verschiedene Gruppen von Gated unterschiedlich. So haben beispielsweise Interessenverbände in Deutschland nur in geringem Maße politische Macht gegenüber Suchmaschinenanbietern, während internationale bedeutsame Unternehmen als Gated in größerem Maße Einfluss auf Suchmaschinen als Gatekeeper nehmen können. Auch Gatekeeper unterscheiden sich teilweise innerhalb eines Gatekeeper-Typs so stark voneinander, dass ihre Gated einzelne Attribute in unterschiedlichem Ausmaß besitzen. Inwie-

fern Gated beispielsweise die erste Form von Macht gegenüber Bibliotheken ausüben können, unterscheidet sich danach, ob sie Bibliotheken in öffentlicher oder kirchlicher Trägerschaft gegenüberstehen. Ob Gated von Suchmaschinen eine De-facto-Alternative zum Anbieter Google haben, wird kontrovers diskutiert, sodass auch hier keine eindeutige Aussage getroffen werden kann. Ebenfalls offen bleibt, inwiefern Gated von Suchmaschinen per Gesetzgebung politische Macht gegenüber dem Gatekeeper ausüben können, da sowohl die Gültigkeit als auch der Wirkungsgrad entsprechender Regelungen in der Gesetzgebung auf EU- und Bundesebene umstritten sind. Von Fall zu Fall unterscheidet sich hingegen, ob Gated mit der zweiten und dritten Form von Macht Einfluss auf Bibliotheken nehmen können, sodass auch hier keine eindeutige Aussage möglich ist.

Für andere Attribute zeigt die Analyse aber deutlich, dass Gated diese nicht besitzen (vgl. Tab. 1, mit »x« markierte Felder): So haben Gated von Suchmaschinen keine Beziehung zum Gatekeeper, da sie keinen direkten und dauerhaften Kontakt mit den Suchmaschinenanbietern aufnehmen können. Gated von Bibliotheken fehlt hingegen das Attribut der Alternativen, da ihnen keine Gatekeeper zur Verfügung stehen, deren Dienste vergleichbar sind und die nicht der *same community* angehören.

Wieder andere Attribute können als gegeben angesehen werden (vgl. Tab. 1, mit »✓« markierte Felder): Gated von Suchmaschinen besitzen das Attribut der Informationsproduktion, da ihnen verschiedene einfach nutzbare Tools zur Verfügung stehen, um selbst Inhalte zu erstellen und über den Informationskanal des Gatekeepers zu verbreiten. Gated von Bibliotheken haben eine Beziehung zum Gatekeeper, da sie über verschiedene Kommunikationskanäle in einen direkten, dauerhaften und wechselseitigen Austausch mit den Bibliotheksmitarbeiter*innen treten können.

Insgesamt fällt auf, dass die Salience der Gated von Suchmaschinen etwas größer ist als die Salience der Gated von Bibliotheken. Die Salience der Gated hängt von der Anzahl der Attribute ab, die Gated besitzen. Gated von Suchmaschinen haben genau wie Gated von Bibliotheken jeweils ein Attribut, von dem eindeutig davon ausgegangen werden kann, dass sie es besitzen. Bei den Attributen, die die Gated eindeutig nicht besitzen, unterscheiden sich Suchmaschinen und Bibliotheken: Gated von Suchmaschinen entbehren nur ein Attribut, während Gated von Bibliotheken zwei Attribute fehlen. Für die übrigen zwei Attribute der Gated von Suchmaschinen kann keine eindeutige Aussage getroffen werden bzw. haben Gated das Attribut zum Teil inne; Gleicher gilt für das übrige Attribut der Gated von Bibliotheken.

Tabelle 1 Salience der Gated von Suchmaschinen und Bibliotheken im Vergleich.

	Suchmaschinen	Bibliotheken
Polit. Macht: 1. Form	?	?
Polit. Macht: 2. & 3. Form	?	?
Produktion von Information	✓	✗
Beziehung zum Gatekeeper	✗	✓
Alternativen	✗	✗

Insgesamt unterscheidet sich die Salience der Bibliotheksnutzer*innen also nur geringfügig von der Salience der Suchmaschinennutzer*innen. Unterschiedlich sind aber die Attribute, auf denen die Gated Salience jeweils beruht. Für die Souveränitätszustände in der Relation zwischen Rezipient*innen und Informationsintermediären lässt sich daher schlussfolgern, dass die Digitalisierung zwar Auswirkungen auf die Souveränität der Rezipient*innen hat; daraus folgt aber nicht, dass die Souveränität der Rezipient*innen bedeutend größer oder kleiner wird, sondern vielmehr, dass sie auf anderen Eigenschaften beruht.

4. Erreichtes und Desiderate

Dieser Beitrag hat untersucht, wie sich die Digitalisierung auf die Souveränität von Rezipient*innen in Relation zu Informationsintermediären auswirkt. Auf Basis der Network-Gatekeeping-Theorie wurden Kriterien entwickelt, mit denen die Rezipient*innen-Position gegenüber Informationsintermediären beschrieben werden kann. Anhand dieser Kriterien – politische Macht, Informationsproduktion, Beziehung und Alternativen – wurde die Souveränität der Nutzer*innen von Bibliotheken als traditionelle Intermediäre und von Suchmaschinen als Internet-Intermediäre beispielhaft untersucht und verglichen.

Das Ergebnis lässt sich auf unterschiedliche Weise interpretieren: So kann man einerseits zu dem Schluss kommen, dass die Befürchtungen zu Filterblasen und mangelnder Rezipient*innen-Souveränität im Kontext von Internet-Informationsintermediären unbegründet sind. Gleichermassen kann man aber auch folgern, dass die Souveränität der Rezipient*innen in Relation zu Informationsintermediären nicht nur im Internetkontext beanstandenswert

gering ist, sondern im traditionellen Kontext ebenfalls kritisiert werden muss. Die Analyse der Nutzer*innen-Position in diesem Beitrag kann dabei als Ausgangspunkt dienen, um Strategien zu entwickeln, mit denen die Gated Salience in beiden Kontexten gefördert werden kann.

Diese Analyse unterliegt verschiedenen Limitationen. Zum einen liegen diese in der theoretischen Ausgangsbasis begründet: Laut Barzilai-Nahon ist die Salience der Gated veränderbar. Gated und Gatekeeper bewegen sich in einem »dynamic environment« (Barzilai-Nahon 2008: 1507), in dem sich die Rollen und Interessen der Gated und Gatekeeper stetig wandeln. Die Analyse der Gated Salience in diesem Beitrag muss daher als »snapshot of gatekeeping« (Barzilai-Nahon 2009: 34) verstanden werden, da die Salience von Gated nur für einen bestimmten Zeitpunkt in einem bestimmten Kontext beschrieben werden kann. So könnte zum Beispiel das Gesetz über digitale Dienste, das die EU-Kommission im Dezember 2020 vorgestellt hat, das Attribut der politischen Macht von Suchmaschinen-Gated stärken (vgl. Fanta 2020).

Darüber hinaus steht ein Aspekt nicht im Fokus der NGT, der aber in der öffentlichen Diskussion um Internet-Gatekeeper eine Rolle spielt: die Sammlung, Aggregation und Auswertung von Nutzer*innen-Daten durch Internet-Gatekeeper. Der Gatekeeper weiß viel über die Gated, die Gated aber wenig über den Gatekeeper, beispielsweise welche Daten über sie gesammelt werden, wer Zugriff auf diese Daten hat und wie sie genutzt werden. Es gibt also eine Informationsasymmetrie zwischen Gated und Gatekeeper (vgl. Helberger/Kleinen-von Königslöw/van der Noll 2015). Diese Problematik spielt in der NGT zwar indirekt eine Rolle, beispielsweise bei der Analyse der Attribute »Alternativen« und »Informationsproduktion«; um diesen Aspekt der Beziehung zwischen Gatekeeper und Gated zu fokussieren, könnte in zukünftigen Beiträgen aber als zusätzliches Attribut die »Informationssymmetrie« zwischen Gated und Gatekeeper analysiert werden.

Daraus ergeben sich Desiderate für weitere Analysen. Zukünftige Studien könnten die Auswahl der konkreten Gatekeeper deutlich erweitern, um einen umfassenderen Blick auf die Position der Gated von Bibliotheken und Suchmaschinen zu erhalten. In weiteren Analysen könnten auch Medienangebote wie Zeitschriften, Zeitungen und Rundfunkangebote sowie Buchhandlungen und Verlage als traditionelle Gatekeeper sowie Soziale-Netzwerk-Seiten und Nachrichtenaggregatoren als Internet-Gatekeeper in den Blick genommen werden, um einen umfassenden Vergleich der Gated Salience bei traditionellen und Internet-Gatekeepern zu ermöglichen. Nur so kann eine allgemeingültige Aussage darüber getroffen werden, wie sich die Digitalisierung auf die Souveränität

tätszustände in der Relation zwischen Rezipienten*innen und Informationsintermediären auswirkt.

Formales Ziel des Beitrags war es, an das eingangs diagnostizierte Desiderat anzuknüpfen: Dieses besteht darin, dass der Diskurs um die Veränderungseffekte durch Digitalisierung und die damit verbundenen Chancen und Risiken eine enorme Bestimmungsunschärfe aufweist. Ohne Beschäftigung mit den Differenzen zwischen den Ausprägungen und Realisierungsformen eines Systems (hier: öffentliche Kommunikation) erzeugen diese Diskurse keinen erkenntnistheoretischen Mehrwert. Ausgangspunkt ist dabei, dass Transformation ein evolutionärer und kein disruptiver Prozess ist und verschiedene Ausprägungen sehr lange Zeit parallel bestehen. Wir haben gezeigt, dass eine systematische Analyse mithilfe von theoriegeleiteten Kriterien möglich – wenngleich empirisch herausfordernd – ist.

Was lässt sich abschließend also über »digitale Souveränität« in der öffentlichen Kommunikation sagen? »Digitale Souveränität« ist relational: Sie kann nur für eine bestimmte Beziehung in einem bestimmten Kontext und zu einem bestimmten Zeitpunkt beschrieben werden. In der öffentlichen Kommunikation spielen für die digitale Souveränität vier Relationen eine Rolle: die Beziehung zwischen Rezipient*in und Organisation/Informationsintermediären, überindividuellen und übergeordneten Instanzen sowie die Beziehung zwischen Organisationen/Informationsintermediären und übergeordneten Instanzen. Um eine Aussage darüber treffen zu können, wie sich die Digitalisierung auf die Souveränität in einzelnen Relationen auswirkt, muss nicht nur der Souveränitätszustand im Internetkontext, sondern auch in vergleichbaren traditionellen Kontexten kriteriengeleitet und empirisch analysiert werden. Nur durch den Vergleich der Souveränitätszustände in beiden Kontexten kann eine belastbare Aussage über die Veränderungseffekte getroffen werden, die die Digitalisierung bewirkt.

Literaturverzeichnis

- Andree, Martin/Thomsen, Timo (2020): *Atlas der digitalen Welt*, Frankfurt a.M.: Campus.
- Bagdikian, Ben H. (1971): *The information machines: Their impact on men and the media*, New York: Harper & Row.

- Barzilai-Nahon, Karine (2008): »Toward a theory of network gatekeeping: A framework for exploring information control«, in: Journal of the American Society for Information Science and Technology 59 (9), S. 1493–1512.
- Barzilai-Nahon, Karine (2009): »Gatekeeping: A critical review (PREPRINT)«, in: Annual Review of Information Science and Technology 43 (1), S. 1–79.
- Barzilai-Nahon, Karine/Neumann, Seev (2005): »Gatekeeping in networks: A metatheoretical framework for exploring information control: Pre-print paper for presentation in the JAIS Sponsored Theory Development Workshop«. Online unter: <https://bit.ly/3inM6H8>, abgerufen am 28.01.2020.
- Baur, Nina/Blasius, Jörg (2014): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung, Wiesbaden: Springer VS.
- Behrens, Jörg (2017): Book on demand: Auswirkungen auf den deutschen Buchmarkt. Dissertation an der Universität Erfurt, Norderstedt: Books on Demand.
- Bender, Justus (2021): »So schadet uns das Internet«, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 02.02.2021. Onliner unter: <https://bit.ly/3iibgHa>, abgerufen am 27.09.2021.
- Bibliotheksportal (2017): Kommunikationsgestaltung. Online unter: <https://bit.ly/2ZPiNXD>, abgerufen am 03.06.2020.
- Bibliotheksurteile (2020). Website der HAW Hamburg. Online unter: <https://www.bibliotheksurteile.de>, abgerufen am 22.05.2020.
- Boehme-Neßler, Volker (2019): »Big Data: Die Digitalisierung höhlt unsere Demokratie aus«, in: Die Welt vom 10.01.2019. Online unter: <https://bit.ly/3F8NGGi>, abgerufen am 27.09.2021.
- Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. (2020): Mediendossier Buchhandel Stationäres Sortiment. Online unter: <https://bit.ly/3kVuAM4>, abgerufen am 01.10.2020.
- Bozdag, Engin (2013): »Bias in algorithmic filtering and personalization«, in: Ethics and Information Technology 15 (3), S. 209–227.
- Brosius, Hans-Bernd (2016): »Warum Kommunikation im Internet öffentlich ist«, in: Publizistik 61 (4), S. 363–372.
- Dammann, Finn/Glasze, Georg (2022): »Wir müssen als Deutsche und Europäer unsere digitale Souveränität zurückgewinnen!« Historische Rekonstruktion und internationale Kontextualisierung der Diskurse einer ›digitalen Souveränität‹ in Deutschland«, in: Georg Glasze/Eva Odzuck/Ronald Staples (Hg.), Digitale Souveränität. Diskurse, Praktiken und Voraussetzungen ›individueller‹ und ›staatlicher Souveränität‹ im digitalen Zeitalter, Bielefeld: transcript, S. 29–60.

- Datenschutz.org (2020): Recht auf Vergessen: Wie viel dürfen Suchmaschinenbetreiber speichern? Online unter: <https://www.datenschutz.org/recht-auf-vergessen/>, abgerufen am 22.10.2020.
- DeIuliis, David (2015): »Gatekeeping Theory from Social Fields to Social Networks«, in: *Communication Research Trends* 34 (1), S. 4–23.
- Deutsche Bibliotheksstatistik (2021): Variable Auswertung. Online unter: <http://www.bibliotheksstatistik.de/vaAttribute>, abgerufen am 26.02.2021.
- Deutscher Bundestag – Wissenschaftliche Dienste (Hg.) (2008): Bibliotheksgesetzgebung in Deutschland: Stand und Perspektiven. Ausarbeitung. Online unter: <https://bit.ly/3otB1b4>, abgerufen am 24.09.2021.
- Die Medienanstalten (2020): Mediengewichtsstudie 2020–1 LOKAL: Gewichtungsstudie zur Relevanz der Medien für die lokale Meinungsbildung in Deutschland. Online unter: <https://www.die-medienanstalten.de/themen/forschung/mediengewichtsstudie>, abgerufen am 02.03.2021.
- Dogruel, Leyla/Stark, Birgit/Facciorusso, Dominique/Liesem, Kerstin (2020): »Die Regulierung von Algorithmen aus Expertensicht: Transparenz und Diskriminierungsfreiheit – zur Vielfaltssicherung im neuen Medienstaatsvertrag«, in: *Media Perspektiven* 3, S. 139–148.
- Dörr, Dieter/Schuster, Simon (2014): »Suchmaschinen im Spannungsfeld zwischen Nutzung und Regulierung. Rechtliche Bestandsaufnahme und Grundstrukturen einer Neuregelung«, in: Birgit Stark/Dieter Dörr/Stefan Aufenanger (Hg.), *Die Googleisierung der Informationssuche: Suchmaschinen zwischen Nutzung und Regulierung (= Media Convergence/Medienkonvergenz, Band 10)*, Berlin: de Gruyter.
- ekz.bibliotheksservice GmbH (2021): »Lektoratsdienste 2021«. Online unter: <https://bit.ly/3xSI8gC>, abgerufen am 24.09.2021.
- ekz Gruppe (2021): Teilnehmende Bibliotheken. Online unter: <https://bit.ly/39Sef4m>, abgerufen am 15.02.2021.
- Emonts, Benjamin (2019): »»Google hat sich schön aus der Sache rausgemogelt««, in: Süddeutsche Zeitung vom 28.08.2019. Online unter: <https://bit.ly/3m7j3bM>, abgerufen am 14.05.2020.
- Evangelische Landeskirche in Baden (2007): Ältestenkreis & Kirchengemeinderat. Online unter: <https://bit.ly/39QlQAn>, abgerufen am 22.05.2020.
- Fanta, Alexander (2020) »Algorithmen sollen nicht willkürlich entscheiden dürfen«, in: Netzpolitik.org vom 28.09.2020. Online unter: <https://bit.ly/2YhR1Cm>, abgerufen am 06.11.2020.
- Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm (1990): *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze*, Berlin: WZB.

- Glasze, Georg/Odzuck, Eva/Staples, Ronald (2022): »Einleitung: Digitalisierung als Herausforderung – ›Souveränität‹ als Antwort? Konzeptionelle Hintergründe der Forderungen nach ›digitaler Souveränität‹«, in: Georg Glasze/Eva Odzuck/Ronald Staples (Hg.), *Digitale Souveränität. Diskurse, Praktiken und Voraussetzungen ›individueller‹ und ›staatlicher Souveränität‹ im digitalen Zeitalter*, Bielefeld: transcript, S. 7–28.
- Google (2021a): Wie können wir Ihnen helfen? Online unter: <https://about.google/contact-google/>, abgerufen am 04.03.2021.
- Google (2021b): Unsere Standorte. Online unter: <https://bit.ly/3kV9ai7>, abgerufen am 04.03.2021.
- Google (2021c): The Keyword: Blog. Online unter: <https://www.blog.google/>, abgerufen am 04.03.2021.
- Hagenhoff, Svenja (2020): »Digitale Souveränität«: Kontextualisierung des Phänomens in der Domäne der medial vermittelten öffentlichen Kommunikation unter besonderer Berücksichtigung von Reader Analytics (= Erlanger Beiträge zur Medienwirtschaft, Band 14), Institut für Buchwissenschaft, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Online unter: <urn://nbn:de:bvb:29-opus4-150157>, abgerufen am 25.06.2022.
- Hartl, Korbinian (2017): Suchmaschinen, Algorithmen und Meinungsmacht. Eine verfassungs- und einfachrechtliche Betrachtung, Wiesbaden: Springer VS.
- Heine, Franziska (2011): »Demokratie auf Augenhöhe«, in: *taz* vom 13.07.2011. Online unter: <https://bit.ly/39PAFmX>, abgerufen am 27.09.2021.
- Helberger, Natali/Kleinen-von Königslöw, Katharina/van der Noll, Rob (2015): »Regulating the new information intermediaries as gatekeepers of information diversity«, in: *info* 17 (6), S. 50–71.
- Hindelang, Steffen (2019): Freiheit und Kommunikation. Zur verfassungsrechtlichen Sicherung kommunikativer Selbstbestimmung in einer vernetzten Gesellschaft, Berlin/Heidelberg: Springer.
- Initiative Urheberrecht (2017): Neun Bildverbände kritisieren neue Google Bildersuche. Online unter: <https://bit.ly/3F4vcHc> vom 28.02.2017, abgerufen am 21.10.2020.
- Initiative Urheberrecht (2018): Nach Getty-Deal: Google ändert seine Bildersuche. Online unter: <https://bit.ly/3ojp5sD> vom 19.02.2018, abgerufen am 03.03.2021.
- Jarren, Otfried (2008): »Massenmedien als Intermediäre. Zur anhaltenden Relevanz der Massenmedien für die öffentliche Kommunikation«, in: *Medien*

- & Kommunikationswissenschaft 56 (3–4), S. 329–346, <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2008-3-4-329>.
- Jürgens, Pascal/Stark, Birgit/Magin, Melanie (2014): »Gefangen in der Filter Bubble? Search Engine Bias und Personalisierungsprozesse bei Suchmaschinen«, in: Birgit Stark/Dieter Dörr/Stefan Aufenanger (Hg.), *Die Googlisierung der Informationssuche: Suchmaschinen zwischen Nutzung und Regulierung*, Berlin: de Gruyter, S. 98–135.
- Keddi, Laura (2015): Fragen an Google? Wir zeigen, wo Sie Antworten bekommen. Online unter: <https://bit.ly/3ihiZoI>, abgerufen am 28.05.2021.
- Kelsey, Todd (2017): *Introduction to Search Engine Optimization: A Guide for Absolute Beginners*, Berkeley: Apress.
- Klymenko, Iryna V. (2019): *Semantiken des Wandels: Zur Konstruktion von Veränderbarkeit in der Moderne*, Bielefeld: transcript.
- Landeszentrale für politische Bildung BW (2020): *Digitale Demokratie: E-Governmert, E-Partizipation, Online-Wahlen*. Online unter: <https://www.lpb-bw.de/demokratie-digital>, abgerufen am 27.09.2021.
- Leavitt, Alexander C. (2016): Upvoting the news: Breaking news aggregation, crowd collaboration, and algorithm-driven attention on reddit.com, Dissertation an der University of Southern California, Annenberg School for Communication. Online unter: <https://bit.ly/3Okmg4t>, abgerufen am 06.02.2020.
- Leutheusser-Schnarrenberger, Sabine (2018): »Das Recht auf Vergessenwerden«, in: Christian Bär/Thomas Grädlér/Robert Mayr (Hg.), *Digitalisierung im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Recht. 1. Band: Politik und Wirtschaft*, Berlin: Springer, S. 231–238.
- Lewandowski, Dirk (2018): *Suchmaschinen verstehen*, Berlin/Heidelberg: Springer.
- Leyrer, Katharina (2018): Selektion und Bias in traditionellen und Internet-Informationsintermediären. *Forschungsstand (= Erlanger Beiträge zur Medienwirtschaft, Band 10)*. Philosophische Fakultät und Fachbereich Theologie, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Online unter: <urn:nbn:de:bvb:29-opus4-102405>.
- Liesem, Kerstin (2020): »Pionierleistung mit Signalwirkung: Die regulative Einhegung von Medienintermediären im Medienstaatsvertrag«, in: AfP 51 (4), S. 277–283.
- Manjoo, Farhad (2016): »Tech's ›Frightful 5‹ will dominate digital life for foreseeable future«, in: The New York Times vom 20.01.2016. Online unter: <https://nyti.ms/3zTy1H5>, abgerufen am 24.09.2021.

- Matthes, Marie-Charlotte (2018): »Google: MitarbeiterInnen gegen zensierte Suchmaschine für den chinesischen Markt«, in: netzpolitik.org vom 18.12.2018. Online unter: <https://bit.ly/39OxVpT/>, abgerufen am 21.10.2020.
- Medienstaatsvertrag (MStV) vom 14./28. April 2020. Online unter: <https://www.gesetze-bayern.de/Content/Document/MStV/true>, abgerufen am 02.06.2021.
- Milker, Jens (2019): »Einleitung«, in: Jens Milker (Hg.), Die Umsetzung des »Rechts auf Vergessenwerden« im deutschen Recht, Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 1–15.
- Nissenbaum, Helen F. (2010): Privacy in context: Technology, policy, and the integrity of social life (= Stanford Law Books), Stanford: Stanford University Press.
- Pariser, Eli (2011): The filter bubble: What the Internet is hiding from you, London: Viking.
- Przyborski, Aglaja/Wohlrab-Sahr, Monika (2014): Qualitative Sozialforschung: Ein Arbeitsbuch, München: Oldenbourg.
- Rösch, Hermann/Seefeldt, Jürgen/Umlauf, Konrad (2019): Bibliotheken und Informationsgesellschaft in Deutschland: Eine Einführung, Wiesbaden: Harrassowitz.
- Rudnicka, J. (2020): »Gemeinden in Deutschland nach Gemeindegrößenklassen 2018«, in: Statista. Online unter: <https://bit.ly/3zVRTte>, abgerufen am 26.06.2020.
- Sahner, Simon (2021): »Der Stoff aus dem Meme-Träume sind – Deepdive in die digitale Kultur«, in: 54books vom 16.09.2021. Online unter: <https://bit.ly/3CZJ9Ey>, abgerufen am 21.09.2021.
- Samuelis, Theresa (2020): Das Internet hat demokratisches Potenzial. Ein Interview mit Ingrid Brodnig, Bundeszentrale für politische Bildung vom 07.05.2020. Online unter: <https://bit.ly/3m5XtUU>, abgerufen am 27.09.2021.
- Schmid, Axel (2018): »Medien und Medienkommunikation«, in: Dagmar Hoffmann/Rainer Winter (Hg.), Mediensoziologie. Handbuch für Wissenschaft und Studium, Baden-Baden: Nomos, S. 39–56.
- Schweiger, Wolfgang (2017): Der (des)informierte Bürger im Netz, Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Schwemer-Martienßen, Hella/Studt, Michael (2021): Bibliothekskonzept Bücherhallen Hamburg 2021, Bücherhallen Hamburg. Online unter: [h](#)

- <https://www.buecherhallen.de/bibliothekskonzept.html>, abgerufen am 14.04.2021.
- Scott, W. Richard (2009): Institutions and organizations: Ideas and interests, Los Angeles: Sage.
- Seefeldt, Jürgen (2018): Öffentliche Bibliotheken und ihre Rolle für Bildung und Kultur in ländlichen Räumen, Kulturelle Bildung Online. Online unter: <https://bit.ly/3CZjsDT>, abgerufen am 27.10.2020.
- Seemann, Michael (2014): Das neue Spiel: Strategien für die Welt nach dem digitalen Kontrollverlust, Freiburg: Orange Press.
- Stadtbibliothek Bremen (2019a): Besucherumfrage 2019. Online unter: <https://www.stabi-hb.de/download>, abgerufen am 24.09.2021.
- Stadtbibliothek Bremen (2019b): Online-Anmeldung in der Stadtbibliothek Bremen. Online unter: <https://bit.ly/39OTJl6>, abgerufen am 14.04.2021.
- Stalder, Felix (2021): Kultur der Digitalität, Berlin: Suhrkamp.
- Stark, Birgit/Magin, Melanie/Jürgens, Pascal (2021) »Maßlos überschätzt. Ein Überblick über theoretische Annahmen und empirische Befunde zu Filterblasen und Echokammern«, in: Mark Eisenegger/Marlis Prinzing/Patrik Ettinger/Roger Blum (Hg.), Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit, Wiesbaden: Springer VS, S. 303–321.
- Startpage (o.J.): So machen wir die Websuche privat. Online unter: <https://startpage.com/>, abgerufen am 26.06.2020.
- StatCounter (2021): Desktop Search Engine Market Share Worldwide: Nov 2020. Online unter: <https://bit.ly/39RZWwQ>, abgerufen am 12.04.2021.
- Truscheit, Karin (2019): »Prozess abgesagt: ›Google ist eingeknickt‹«, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 28.08.2019. Online unter: <https://bit.ly/3mbekGa>, abgerufen am 13.05.2020.
- Truschkat, Inga/Kaiser-Belz, Manuela/Reinartz, Vera (2007): »Grounded Theory Methodologie in Qualifikationsarbeiten: zwischen Programmatik und Forschungspraxis – am Beispiel des Theoretical Samplings«, in: Historical Social Research, Supplement 19, S. 232–257.
- Umlauf, Konrad (2015): »Bibliotheken als Organisationen zur Bereitstellung von Lektüre«, in: Ursula Rautenberg/Ute Schneider (Hg.), Lesen: Ein interdisziplinäres Handbuch, Berlin/Boston: de Gruyter.
- Unkel, Julian (2019): Informationsselektion mit Suchmaschinen: Wahrnehmung und Auswahl von Suchresultaten, Baden-Baden: Nomos.
- West, Sarah Myers (2017): »Raging against the machine: Network gatekeeping and collective action on social media platforms«, in: Media and Communication 5 (3), S. 28.

- Zawidzki, Winfried/Gahlau, Christoph (2018): Die wichtigsten Fragen zur Pfarrgemeinderatswahl, Erzbistum Bamberg. Online unter: <https://siche.rheit.pfarrbriefservice.de/pbs/dcms/sites/pgr/bayern/pfarrgemeinderat/index.html>, abgerufen am 22.05.2020.
- Zimmer, Michael (2008): »Privacy on planet Google: Using the theory of ›Contextual Integrity‹ to clarify the privacy threats of Google's quest for the perfect search engine«, in: Journal of Business & Technology Law 3, S. 109–126.

