

rezensionen:kommunikation:medien

Rezensionen aus den Bereichen Kommunikation und Medien

Birgit Stark, Dieter Dörr, Stefan Aufenanger (Hrsg.): Die Googleisierung der Informationssuche

Redaktion · Freitag den 3. April 2015

Rezensiert von Marco Dohle



Was ist der gängige Weg, wenn man einen Text lesen will, der in einer Zeitung veröffentlicht wurde? Eine unnötige Frage, denn die Antwort ist klar: Man nimmt sich die Zeitung und schlägt sie auf. Und was ist der wichtigste Zugangsweg, um an journalistische Artikel und Berichte im Internet zu gelangen? Eine ebenso unnötige Frage? Keineswegs. Folgt man den Ergebnissen einer aktuellen Studie, dann rufen zwar viele Menschen direkt Nachrichten-Websites auf, wenn sie sich online informieren wollen. Noch etwas öfter wurden allerdings Suchmaschinen als Zugangsweg angegeben (Hölig/Hasebrink 2014: 535).

Dies ist nur ein Befund, der den unglaublich hohen Stellenwert von Suchmaschinen bei der Internetnutzung unterstreicht. Und wenn von Suchmaschinen die Rede ist, dann ist eigentlich nur die eine gemeint: Google. Daher liegt es auf der Hand, sich mit Suchmaschinen im Allgemeinen und mit Google im Speziellen wissenschaftlich zu befassen. Bislang ist dies jedoch – zumindest in den Sozialwissenschaften – noch nicht mit der Intensität geschehen, die angesichts der Bedeutung gerade von Google angemessen wäre. Umso erfreulicher ist es, dass mit *Googleisierung der Informationssuche* ein Band vorliegt, in dem diese Auseinandersetzung stattfindet.

Verantwortlich für den Band ist eine interdisziplinär zusammengesetzte Gruppe von Forscherinnen und Forschern, die ihren Schwerpunkt an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz hat. Die Interdisziplinarität ist einer der großen Pluspunkte des Buches: Google und seine Folgen werden aus kommunikationswissenschaftlicher, medienpädagogischer, technischer, informationswissenschaftlicher sowie medienrechtlicher bzw. -politischer Perspektive betrachtet.

Dass in nahezu allen Beiträgen sehr deutlich das Bemühen erkennbar ist, auch die jeweils anderen Perspektiven einzunehmen, ist eine weitere Stärke. Dies führt zwar mitunter zu Redundanzen, hinterlässt aber den Eindruck einer in sich stimmigen Publikation.

Natürlich spielt der sagenumwobene Such-Algorithmus von Google in den Texten des Buches eine wichtige Rolle, ebenso die Auseinandersetzung mit dem Unternehmen Google, das bekanntermaßen nicht nur eine Suchmaschine anbietet, sondern eine Vielzahl mehr oder weniger stark mit dieser Suchmaschine verknüpfter Produkte. Dies bildet aber eher den Ausgangspunkt für die Beschäftigung mit zwei Fragen: 1. Wie wird Google genutzt und welche individuellen sowie gesellschaftlichen Folgen kann es haben, wenn die Informationssuche immer mehr über eine Suchmaschinen erfolgt, hinter der ein Konzern mit wirtschaftlichen Interessen steht? 2. Was kann einer solchen Macht entgegengesetzt werden – mit Blick auf die Förderung von Medien- und Informationskompetenz und mit Blick auf Regulierungsmaßnahmen?

Die vielen empirischen Ergebnisse zur Navigation im Netz, zu Nutzungsmustern, zur Informationssuche und zum konkreten Umgang mit Suchmaschinen sind oft erhellend. Hervorzuheben ist dabei der Beitrag von [Jürgens, Stark und Magin](#). Zum einen, weil er anschaulich zeigt, vor welchen methodischen Herausforderungen die Forschung steht, wenn sie die Nutzung von Suchmaschinen analysieren will. Zum anderen, weil sich der Beitrag auf sehr reflektierte Weise damit auseinandersetzt, dass die Google-Trefferlisten auch von Nutzerpräferenzen und vorherigen Suchvorgängen abhängig sind. Die Ergebnisse einer im Text vorgestellten Studie deuten allerdings darauf hin, dass diese Personalisierungsprozesse nur sehr geringe Auswirkungen auf die Suchergebnisse haben. Ein solches Resultat steht im Kontrast zu den immer wieder im Buch geäußerten Befürchtungen, wonach gerade die Personalisierung von Suchmaschinen weitreichende Folgen haben kann (Stichworte: Verengung der Perspektiven von Individuen, Fragmentierung der Gesellschaft).

Ebenfalls hervorzuheben ist der Text von [Dörr](#) und Schuster. Die Autoren nehmen zunächst eine sehr detaillierte Bestandsaufnahme der rechtlichen Rahmenbedingungen vor, innerhalb derer Suchmaschinen und ihre Betreiber agieren. In dem Zusammenhang äußern sie sich unter anderem kritisch gegenüber der immer wieder geäußerten Forderung (siehe zum Beispiel den Beitrag von [Hege/Flecken](#) im vorliegenden Band), als Alternative zu Google eine öffentlich finanzierte Suchmaschine zu entwickeln. Im zweiten Teil ihres Artikels führen sie dann Überlegungen zu Grundstrukturen einer zukünftigen Regulierung des Suchmaschinenmarktes aus – verbunden mit dem hoffnungsfroh stimmenden Hinweis, dass dafür “das Rad nicht neu erfunden werden“ müsse (305). Kernelemente sind: Suchmaschinenneutralität, Suchmaschinentransparenz und Medienkompetenz. Staatliche Regulierung solle durch Formen der Selbstregulierung ergänzt werden. Der Beitrag von Dörr und Schuster steht am Schluss des Bandes, und mit ihren umfassenden Hinweisen zur möglichen Neuregulierung runden sie diesen auch auf gelungene Weise ab.

Was (zumindest in einigen Beiträgen) zu kurz kommt, ist der Blick auf die Theorie: Welche theoretischen Ansätze sind brauchbar, um das Verhalten von Suchmaschinennutzern zu erklären, welche Ansätze müssen in einer googleisierten Welt modifiziert werden? Diskussionswürdig ist zudem das Publikumsbild, das sich in einigen Beiträgen offenbart: Nutzer von Suchmaschinen – so liest man immer wieder – handeln unflektiert, naiv, bequem und wenig kompetent. Eine solche Perspektive mag hilfreich sein, um ein kritisches Bewusstsein gegenüber Google zu schärfen. Die empirischen Befunde, die im Buch präsentiert werden, sind aber nicht immer dazu geeignet, eine solche negative Betrachtungsweise zu untermauern. Sie hätten zum Teil durchaus differenzierter

interpretiert werden können.

Dennoch: Das vorliegende Buch ist ebenso relevant wie lesenswert. Es beleuchtet das Thema Suchmaschinen von allen Seiten und gibt somit einen guten Einblick in einen wichtigen Teilbereich der Online-Welt. Es redet die immensen Vorteile von Suchmaschinen nicht klein. Es macht aber auch deutlich, vor welche Herausforderungen ein einziger Algorithmus nicht nur die wissenschaftliche Forschung stellt.

Literatur:

- Hölig, S.; U. Hasebrink: Nachrichtennutzung im Wandel: Neue Plattformen, Endgeräte und Zugänge. International vergleichende Befunde auf Basis des Reuters Institute Digital News Survey 2014. In: *Media Perspektiven*, 11, 2014, S. 530-538.

Links:

- [Verlagsinformationen zum Buch](#)
- [Webpräsenz von Prof. Dr. Birgit Stark an der Johannes Gutenberg Universität Mainz](#)
- [Webpräsenz von Prof. Dr. Dieter Doerr an der Johannes Gutenberg Universität Mainz](#)
- [Webpräsenz von Prof. Dr. Stefan Aufenanger an der Johannes Gutenberg Universität Mainz](#)
- [Webpräsenz von Dr. Marco Dohle an der Heinrich Heine Universität Düsseldorf](#)

Dieser Beitrag wurde publiziert am Freitag den 3. April 2015 um 07:35

in der Kategorie: [Einzelrezension](#).

Kommentare können über den [Kommentar \(RSS\)](#) Feed verfolgt werden.

Kommentare und Pings sind momentan geschlossen.