

Hans-Dieter Kübler

Kai Lehmann, Michael Schetsche (Hg.): Die Google-Gesellschaft. Vom digitalen Wandel des Wissens

2005

<https://doi.org/10.17192/ep2005.4.1564>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kübler, Hans-Dieter: Kai Lehmann, Michael Schetsche (Hg.): Die Google-Gesellschaft. Vom digitalen Wandel des Wissens. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 22 (2005), Nr. 4, S. 511–515. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2005.4.1564>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Kai Lehmann, Michael Schetsche (Hg.): Die Google-Gesellschaft. Vom digitalen Wandel des Wissens

Bielefeld: transcript 2005, 408 S., ISBN 3-89942-305-4, € 26,80

Weltweit beträgt ihr Marktanteil bei den Suchmaschinen über 50 Prozent, für bundesdeutsche User vermittelt Google sogar über 80 Prozent der Suchanfragen. Allein in den vergangenen drei Jahren ist der Umsatz der im Silicon Valley ansässigen Firma von 440 Millionen auf fast 3,2 Milliarden Dollar im Jahr 2004 gestiegen. Das 1998 von den heute knapp über Dreißigjährigen Lawrence Page und Sergej Brin gegründete Unternehmen beschäftigt inzwischen über 3000 Mitarbeiter und ist seit Herbst 2004 mit rund 80 Milliarden Dollar an der Börse notiert – damit ist es mehr wert als die beiden Autogiganten Ford und General Motors zusammen. Täglich gehen über 200 Millionen Suchanfragen ein, die kostenlos in rund hundert Sprachen beantwortet werden. Google finanziert sich allein über Werbung, die so genannten Awards, für deren Anklicken der Inserent jedes Mal zahlt. Über Google haben die User auf gut acht Milliarden Seiten des Netzes und auf mehr als eine Milliarde Fotos Zugriff. Die werden zum einen nach Werbege-sichtspunkten, zum anderen nach der Häufigkeit der auf sie verweisenden Links gerankt. Längst ist das Verb „googeln“ zum Synonym für die Netzsuche an sich, für viele auch für das Internet insgesamt geworden.

Diese weltumspannende Marktmacht von Google fürchten Medienexperten inzwischen als Quasi-Monopol, da sich viele User allein auf diese Suchmaschine verlassen und auch deren – weitgehend geheim gehaltene – Suchtechnik nicht kennen. Was bei Google nicht auftaucht, ist für viele nicht vorhanden, mindestens nicht relevant. Aber Besorgnis lösen auch die heimlichen Datensammlungen aus, da der Konzern bei jedem Klick über die User, ihre Abfragegewohnheiten und Interessensgebiete Nutzungsprofile anlegen lässt und über Jahre speichert. Was mit diesen gigantischen Datenmengen passiert, ist ebenfalls Googles striktes Geheimnis. Doch diese Marktpotenz weckt auch die Begehrlichkeiten der Konkurrenz und so starten der gegenwärtig zweitgrößte Anbieter, der Suchpionier Yahoo (etwa 21 Prozent Marktanteil), ebenso wie Microsofts msn (knapp neun Prozent) und Amazon mit A 9.com ihre Aufholjagden: „In den nächsten sechs Monaten werden wir Google bei der Relevanz der Suchergebnisse einholen“, tönte bereits siegesgewiss Microsoft-Chef Ballmer (*Der Spiegel* 28/2005, S.103). So ist es längst noch nicht ausgemacht, wie lange die Google-Macht anhält, zumal sich viele kompetente User über die wachsende Kommerzialisierung und schwindende

Ergiebigkeit der Google-Seiten ärgern und zunehmend zu seriöseren Suchmaschinen wechseln.

Solche strukturellen Informationen finden sich über die aktuelle Presse hinaus auch unter anderem in dem vorliegenden Sammelband, im Kapitel „Wa(h)re Information. Die Ökonomie des Wissens“ in den Aufsätzen „Google Inside“ und „Content-Broking“. Aber rechtfertigen diese Indikatoren über die Marktmacht Googles, dass die ganze (welche?) Gesellschaft, mindestens der „digitale Wandel des Wissens“, mit dem gewissermaßen universalen Paradigma als „Google-Gesellschaft“ etikettiert wird? Als attraktiver Buchtitel mag es noch durchgehen, aber die Herausgeber, Sozialwissenschaftler in Bremen und Freiburg, verstehen ihn auch als analytische Kategorie, wie sie einleitend mit „zehn Prinzipien der neuen Wissensordnung“ unterstreichen. Als nur knapp begründete Thesen sind sie recht plakativ, sie reichen von der ersten, die Suchmaschine sei inzwischen die „Universalschnittstelle zwischen Mensch und Information“ geworden (S.20), bis hin zur Behauptung, der Mangel an technischem Wissen verleite dazu „die Welt der Computer und Netze magisch zu verstehen“ (S.25) und damit die Welt wieder zu verzaubern.

Unversehens wird das Label mit vermeintlich empirischer, zumal generell geltender Substanz angefüllt und muss unausweichlich fallieren, denn vieles bleibt unerörtert, wie unschwer entgegnet werden kann: Hierzulande ist erst gut die Hälfte der Bevölkerung ‚online‘ und von dieser nutzen das Internet viele recht spärlich und simpel, kaum auf Google-Niveau. Information und Wissen – schon diese beiden Begriffe und Phänomene sind heillos unklar, weil mit widersprüchlichen Definitionen überhäuft – erwerben wir immer noch ganz vielfältig, primär durch direkte, personale Erfahrungen, dann durch didaktische Instruktion und traditionelle Übermittlung und endlich mittels diverser medialer Optionen, via Massenmedien gewiss noch mehr als via Internet. Und ob ‚Wissen‘ durch Suchmaschinen digital transformiert oder eben nur – dann als Information – distribuiert wird, darüber ließe sich ebenfalls diskutieren. So sind Gesellschaften davor auch nicht als Brockhaus- oder Duden-Gesellschaft deklariert worden und auch für Microsoft hat es noch nicht zu einem universalen Etikett gereicht.

Gleichwohl: An probatem Labeling ist derzeit ohnehin kein Mangel, wenn man an „Informations-“, „Wissensgesellschaft“ oder auch an „@-Generation“ und andere denkt. Sie alle suchen Grundsätzliches und Universales zu fassen, müssten aber zunächst Unsicherheit und analytische Insuffizienz signalisieren, weil ja längst noch nicht ausgemacht und hinlänglich zu vermessen ist, was sich tatsächlich wandelt und was bestehen bleibt. So finden sich in den mehr als 50 recht knappen und deshalb oft zu wenig explikativen Beiträgen meist jüngerer Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen eine Fülle von Aspekten, Sachinforma-

tionen und Fragestellungen, die jeweils im Einzelnen weiter verfolgt, differenziert und untersucht werden müssen und es auch wert sind, dass dies passiert. Wie so oft, sind sie recht unterschiedlich verfasst, vom schlichten technischen Sachbericht bis hin zum theoretischen Entwurf, vielfach in einem optimistischen, mitunter sogar im affirmativen Duktus, seltener in kritischer Distanz.

Gegliedert sind die Beiträge nach sachlichen Dimensionen, in denen sich gegenwärtig Veränderungen abzeichnen und die auch in anderen einschlägigen Analysen – etwa in denen von Castells – bearbeitet werden. Dadurch wird tendenziell ein holistischer Überblick anvisiert und die Vielfalt des Wandels nicht auf wenige Aspekte verkürzt, zumal die einzelnen Bereiche durch ein kurzes Abstract eingeleitet sind. Im ersten Kapitel soll eine Bestandsaufnahme darüber geleistet werden, „was sich im Verhältnis von Wissen und Gesellschaft verändert“ (S.15), um – entgegen den hier gemachten kritischen Anmerkungen – von den üblichen Labels wegzukommen (die aber dann in den Beiträgen durchweg – und eben auch unterschiedlich – verwendet werden.): In einem kurzen Abriss wird der „lange Weg zur Wissensgesellschaft (besser: „Google-Gesellschaft) [sic!]“ geschildert (S.33ff). Die anderen Artikel beschäftigen sich mit Datenschwind, mobiler Kommunikation und dezentralen Suchmaschinen – Entwicklungen, die durchaus dem Google-Monopol zuwiderlaufen könnten. Das zweite Kapitel fragt nach „maschinellen Aspekten ebenso wie nach sozialen Prozessen im Umgang mit Wissen“ (S.61). Nina Degele diskutiert etwa theoretische Komponenten des Wissensbegriffs und kommt in ihrem Fazit zu der strikten These, das Internet bewirke allein nichts, „aber es erleichtert einen sich ohnehin vollziehenden Prozess der Informierung, Temposteigerung und Kommerzialisierung“ (S.73). Das würde eher für die These sich ändernder Distribution und Verwertung sprechen und gegen einen digital induzierten Wandel. Informativ ist der Artikel über „Suchmaschinenlandschaften“ (S.75ff.), in dem Sympathien für „freie, unabhängige“, damit auch spezialisierte Suchmaschinen ausgedrückt werden. Dass das „semantische Web“ noch als Vision am Anfang steht, umreißt der nächste Beitrag. Für die spezialisierte Suche (wo Google völlig scheitert) wird schließlich noch das Suchen nach Melodien anschaulich vorgeführt.

Die weiteren Kapitel führen vom engeren Wissenskontext weg und erörtern gesellschaftliche Dimensionen: zunächst „Politik und Gegenöffentlichkeit“, sodann „E-Rights“ und schließlich – wie schon erwähnt – die „Ökonomie des Wissens“. Online-Kampagnen und ihre Chancen für E-Demokratie auf der einen, „Verschwörungstheorien“, also die Nutzung des Internet für dem Mainstream entgegengesetzte Interpretationen, etwa zum 11. September, auf der anderen Seite, schließlich das unausweichliche Auffinden vermeintlich geheimer Informationen sind die dort diskutierten Entwicklungen.

Das sechste Kapitel widmet sich den Massenmedien und ihren Online-Varianten. Was ist „wirklich neu“ an ihnen? (S.203ff.): Ob mit den Online-Medien

tatsächlich das „Ende des ‚Gatekeeper-Zeitalters‘“ (S.205ff.) kommt, wie es der Münsteraner Kommunikationswissenschaftler Christoph Neuberger prognostiziert, ist schon mit Blick auf Google, aber auch auf andere Online-Medien fraglich. Denn Gatekeeping stützt sich nicht nur auf medial-technische, sondern auch auf gesellschaftlich-ökonomische und subjektive Konditionen. So muss der von Neuberger apostrophierte „partizipative Journalismus“ nicht unbedingt zunehmen und die Informationsvielfalt stärken, wenn die Online-Optionen wachsen. Aber hinreichend aufschlussreiche empirische Studien liegen dafür noch nicht vor. Sicherlich haben nahezu alle Tageszeitungen inzwischen eine Online-Ausgabe, viele auch ein E-Paper, aber haben sich dadurch die herkömmlichen Printausgaben und die Lesegewohnheiten gravierend verändert? Neu sind eher die Weblogs mit ihren diversen Funktionen.

„Das Internet [...] greift tief in die tradierten Strukturen der [wissenschaftlichen] Wissensproduktion ein“, heißt es im Vorspann zum Kapitel „Wissenschaft in einer neuen Welt“ (S.311). Zunächst zeichnet sich eine massive Krise der Wissenschaftspublikationen ab, die von divergierenden Interessen zwischen Verlagen, Bibliotheken und Universitäten bestimmt wird. Zusammen mit einer schwindenden, jedenfalls nicht angemessen wachsenden Forschungsförderung ist sie wohl die zentrale Ursache für die Besorgnis, wissenschaftliches Wissen (bzw. seine Publizierung) werde nicht mehr für alle zugänglich sein und seine Behinderung bedrohe das unbedingte Gebot der Transparenz und Nachprüfbarkeit jeglichen wissenschaftlichen Wissens. Natürlich sind E-Mails, Newsletters und digitale Datenbanken in der wissenschaftlichen Arbeit selbstverständlich geworden, sind Karteikarten, Kopien, konventionelle Bibliothekskataloge weitgehend verschwunden. Und publizieren in der *scientific community* lässt sich digital ungleich leichter. Aber ob sich damit eine „Quasi-Demokratisierung“ von Wissenschaft einstellen (S.321) oder ob der „Kampf um Ressourcen und Deutungsmacht“ (ebd.) anderweitig ausgetragen wird, ist noch nicht geklärt. Viele befürchten wachsende Nachlässigkeit und verstärkte Recycling-Usancen, weil der Druck zum ‚publish or perish‘ steigt und leichter durch Textbausteine befriedigt werden kann. Deshalb nehmen Peer-Review-Verfahren zu, um die wissenschaftliche Spreu vom Weizen zu trennen. Sie verzögern Publikationen erheblich und machen sie auch wieder wert gedruckt zu werden. So dürften sich Dualismen zwischen der wissenschaftlichen Alltags- und pragmatischen Kommunikation auf der einen und der seriösen, approbierten Publikation auf der anderen Seite herausbilden. Als Beispiel einer bereits anerkannten und inzwischen auch verbreiteten wissenschaftlichen Online-Zeitschrift wird das „Forum Qualitative Sozialforschung (FQS)“ in einem Interview mit der Geschäftsführerin vorgestellt. Sie strebt eine Optimierung des Geschäftsmodells und eine weitere Differenzierung der Nutzung an.

Das letzte Kapitel widmet sich der Online- oder Netz-Kunst unter dem Leitmotiv, dass „technische Bilder“ zunehmend „zentrales Medium der Vermittlung von

Information und Interpretation“ werden (S.355). Netzwerk-Kunst und Webism-Movement werden als Kunstrichtungen des 21. Jahrhunderts präsentiert, der so genannte „Surtualismus“ als Kombination von Surrealismus und virtuellen Welten, sucht selbst die Google-Welt wieder neu zu verzaubern. Hingegen bestreitet Frieder Nake, Professor für Grafische Datenverarbeitung und interaktive Systeme an der Universität Bremen, dass Netzkunst überhaupt jemand brauche, aber das gilt aus seiner Sicht für die Kunst überhaupt – womit wieder einmal der latente Binnenblick (oder gar Autismus) der Netzwelt-Bewohner angeprangert wird.

Da verwundert es dann kaum noch, wenn der bekannte Konstanzer Informationswissenschaftler Rainer Kuhlen im „Schlusswort“ die Frage stellt: „Macht Google autonom“? (S.385ff.) Ob sie nur rhetorisch gemeint oder eben abermals jenem unsäglichen technischen Determinismus geschuldet ist, lässt er leider unerörtert. Aber zum „Ideal der Wissensautonomie“ (wann und wo gab es sie jemals?) wollen seine „kritischen Anmerkungen“ nicht zurücklenken; vielmehr plädieren sie für einen pragmatischen Realismus in der Art, dass man mit „den Googles“ leben müsse, „weil sie uns eine Autonomie vorgaukeln“ (S.393). Aber ist dies überhaupt die angemessene oder gar richtige Kategorie – nach all den notwendig widersprüchlichen Ausführungen, die dieser Sammelband enthält? So schlicht lässt sich diese Frage nämlich an alle technischen Geräte herantführen: an den Kühlschrank ebenso wie an das Auto, an die Waschmaschine wie an die Mikrowelle. Nur weil „Google“ symbolische Daten vorhält, die kaum geordnet sind, ist sie nicht mehr als eine Maschine, alles andere sind künstlich überhöhte Etikettierungen, die Menschen in sie hineinprojizieren. So gesehen und entgegen Kuhlen ist sie nicht einmal eine „notwendige Bedingung für Autonomie“ (S.393). Dass dieser Sammelband über interessante Informationen einzelner Beiträge hinaus zu solchen Reflexionen – freilich oftmals eher unfreiwillig – anregt, ist sicherlich sein zusätzliches Verdienst. Die Herausgeber hätten indes dieses Anliegen in theoretischen, durchaus auch kontroversen Beiträgen unterstreichen können und müssen. Denn die Diskussion geht weiter, sie muss weitergehen.

Hans-Dieter Kübler (Werther/Hamburg)