

Die versteckte Macht der Listen

Das Listenwissen, wie es sich als Bestandteil der Schreibsysteme, als Instrument von Konzeptbildungsprozessen und als Mittel der Organisation verschiedener öffentlicher und privater Verwaltungsprozesse seit dem 3. Jahrtausend v. Chr. zeigt, ist außerhalb seines Anwendungsbereichs häufig ignoriert worden, gleichsam als uninteressante Hilfswissenschaft betrachtet worden – zu unrecht, denn nicht nur die sog. schwarzen Listen, Wahllisten oder die Bestsellerlisten für Romane und Sachbücher zeigen, welche immense politische, gesellschaftliche und ökonomische Bedeutung Listen zukommen kann.

Klassisch zur Bedeutung der Listen ist die Feststellung von Jack Goody in „What’s in a List?“¹ „Die Art, wie Wörter (oder ›Dinge‹) in einer Liste angeordnet werden, ist selbst eine Art der Klassifikation oder der Eingrenzung eines ›semantischen‹ Feldes, denn der Vorgang impliziert, daß einzelne Elemente ein- und andere ausgeschlossen werden“.

Folgt man dieser Definition, heißt das: Listen bedeuten Macht und der Ersteller der Liste übt diese Macht aus. Denn sie entscheiden über Einschluß und Ausschluß, über Sichtbarkeit oder Verschwinden, über Erfolg und Mißerfolg bis hin zur Entscheidung über Leben und Tod (Proskriptionslisten, Schindlers Liste). Für politische Listen (Bürgerlisten, Wahllisten, schwarze Listen etc.) ist in der Regel bekannt, wer die Listen formal aufstellt und zu welchem Zweck sie erstellt werden. Aber wie sieht dies im großen Feld der Digitalisierung im Zeitalter der Digitalität aus? Wer kontrolliert die Listen und ihre Zirkulation, die doch heute zunehmend Grundlage von Datenbanken, Speicher- und Auswertungsprozessen etc. sind?

Es wird derzeit viel über die veränderten medialen Übertragungsverhältnisse, über die veränderten medialen Bedingungen, über Netzpolitik etc. diskutiert: Das Sammeln von Daten, die Berechtigungen von Auswertungen und Kommerzialisierungen, auch institutionelle Überwachungspraktiken spielen im öffentlichen Diskurs eine zunehmend große Rolle. Aber eine Grundlage dieser Praktiken wird weitestgehend ignoriert: die Liste, oder anders ausgedrückt die Liste in der Form von Indizes. Wir haben es in unserer zunehmend digitalisierten Welt mittlerweile mit Listen einer spezifischen Form zu tun: den Indizes, die Datenbanken zugrunde liegen und die die Suche und das Sortieren in den Daten ermöglichen. Diese Indizes haben nicht nur eine Verweis- oder Zeigefunktion, indem Einträge (Zeiger) die Beziehung zwischen den Daten und ihrer Anordnung definieren, so daß bei einer Abfrage der Daten die gesuchten Datensätze anhand dieser Zeiger gefunden werden. Sie sind alles andere als ein passives Werkzeug, das

1 Goody (2012), 384. Zu poetischen Listen vgl. z.B. Eco (2009), 118.

lediglich zur Auffindung von Informationen dient, sondern, so Stäheli, „Teil eines Prozesses ..., der die Daten strukturiert“, die indiziert werden.²

Zugrunde liegt eine normierende Struktur, die über ihre Verweisfunktion Daten erschließen und somit Wissen schaffen soll. Man kann nun unterschiedliche Dimensionen von Listen unterscheiden. Diese Dimensionen sind für den Nutzer häufig nicht sichtbar, wobei aber gerade diese Unsichtbarkeit nach landläufiger Meinung zu ihrer Effizienz, die meist sogar mit handfesten geschäftlichen (z.B. bei Amazons sog. Bestsellerlisten oder bei den kuratierten Playlisten der Streaming-Anbieter) oder politischen Interessen (früher die Zensuslisten, heute z.B. die Listen aus Geheimdienstabfragen) verbunden wird. Der Code, der Algorithmus, der der Erstellung der Liste bzw. des Index zugrunde liegt, wird entweder gar nicht offengelegt oder er ist für andere, insbesondere die Nutzer, schlicht unverständlich. In jedem Fall bleibt dieser Prozeß der Erstellung unsichtbar.³ Der Akt der Erstellung selbst wiederum – man denke an die Ergebnisse einer Suchanfrage im Internet – gibt keinerlei Hinweis auf die ihm inhärenten Prozesse: Das Ergebnis wird präsentiert und geht wie eine evidente Tatsache in die Nutzung ein.

Die Listen, die zur Erstellung einer Auswertung, eines Ergebnisses o.ä. führen, erzeugen ein eigenes Narrativ wie z.B. die Unterstellung von Gefahrensituationen oder im geschäftlichen Bereich die Steuerung des Konsumverhaltens von Nutzern über Rankings. Die mangelnde Transparenz im Hinblick auf Kontrolle, Kontrolleure und Kontrollierte gefährdet das gesamtgesellschaftliche Gefüge unserer digitalisierten Zivilisation, weil die epistemologischen Grundlagen des automatisierten Listings in der digitalen Welt meist verschleiert, verborgen oder doch zumindest ohne qualitative oder politische oder überhaupt gesellschaftliche Kontrolle angewendet werden.

Entscheidend ist immer, welche Wissensordnung reproduziert, reflektiert oder geschaffen wird und dann in eine Liste eingeht. Eine automatisiert erstellte Liste beruht auf statistischen Kalkulationen und Analysen von Mustern (z.B. der Annahme, daß ähnliche Begriffe auf ähnliche Muster führen). Die Wissensordnungen, die diesen Kalkulationen und Analysen zugrunde liegen, sind Ausdruck verschiedenster, möglicherweise nicht immer unberechtigter Interessen – doch ihnen allen ist gemeinsam, daß sie – anders als klassische, aufgeschriebene Listen – mit den herkömmlichen grammatikalischen oder narrativen Zusammenhängen gebrochen haben, da sie automatisch auf der Grundlage von Algorithmen erzeugt werden, deren genaue Intention oder Wirkweise, wie bereits betont, weder bekannt oder nachvollziehbar ist, die jedoch einen beträchtlichen Teil unseres Lebens steuern, überwachen und kontrollieren. In jedem Fall läßt sich festhalten, daß durch diese geheime Macht der Listen die vielgerühmte Öffentlichkeit und Gemeinschaftlichkeit des Internets als Medium⁴ komplett unterlaufen werden.

Besonders wirksam ist der von Google automatisch erzeugte Index, aus dem nach dem Google Algorithmus ein PageRank erstellt wird, der bei Suchanfragen die Ergebnisse auflistet.⁵ Das Ziel dieses

2 Stäheli (2019), 37. Die hier formulierten Überlegungen verdanken dem Beitrag von Stäheli (2016 [dt. 2019]) eine Menge: Seine Ausführungen zu der Historie des Indizierens und dem Diskurs über das Indizieren gehören zu den bisher eher seltenen Arbeiten, die die Problematik der „Politik von Listen“ nicht nur im Hinblick auf literaturwissenschaftliche oder soziologische Implikationen untersuchen, sondern auch in Bezug auf die Digitalität analysieren. Das Thema selbst ist auf der Jahrestagung der Mommsen-Gesellschaft 2019 in Berlin von Hannes Kahl und mir unter dem Titel „Liste und Index: Zur Überführung des Analogens ins Digitale in den Klassischen Altertumswissenschaften“ vorgestellt worden und Bestandteil eines DFG-geförderten Forschungsprojektes, zu dem noch weitere Publikationen folgen werden.

3 Stäheli (2019), 19.

4 Stalder (2016) in Kapitel 2: Formen der Digitalität.

5 1998 veröffentlichten Brin und Page an der Stanford University ein Paper mit dem Titel „The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Web Search Engine“. Hier wurde zum ersten Mal der „PageRank“ erwähnt, die Technologie, mit der Google bis heute Suchergebnissen einen Rang zuordnet: <http://infolab.stanford.edu/~backrub/google.html> (abgerufen am 22.01.2021).

PageRank haben die Entwickler Page und Brin 1998 bereits öffentlich formuliert: Werbung sei das entscheidende Geschäftsmodell für kommerzielle Suchmaschinen. Gleichwohl würden die Ziele des Werbebranchenmodells nicht immer mit der gewünschten Qualität übereinstimmen.⁶

Wie hat sich nun Google zu diesem Anspruch auf Qualität positioniert? Google läßt jährlich ca. 40.000 sogenannte „Präzisionsauswertungen“ durch „Bewerter“ durchführen, bei denen diese „Suchbewerter“ die Qualität der Ergebnisse für verschiedene Suchen ermitteln.⁷ Dazu hat Google auch Richtlinien veröffentlicht, aus denen die Kriterien für die Bewertung von Ergebnissen ersichtlich werden. Dieses 175 Seiten lange Dokument⁸ führt z.B. unter der Überschrift „Your Money or Your Life“ (abgekürzt als YMYL zitiert) auf, daß solche Bewertungen Auswirkungen auf Gesundheit und Finanzen von Benutzern haben können.⁹ Das ist sicher richtig, nur: Ist es richtig, noch dazu, wenn hier Geld und Leben alternativ gestellt werden, darüber Google entscheiden zu lassen? Der krönende Abschluß dieser Entwicklung war dann die Entscheidung von Google¹⁰ im Frühjahr 2016, daß die Öffentlichkeit nicht mehr in der Lage sein solle, die PageRank-Technologie und deren Daten einzusehen!

Man könnte durchaus zu der Vermutung kommen, daß die digitale Transformation der Gesellschaft zu einer „List Culture“ führen könnte, in der – trotz aller Debatten und Gesetzesinitiativen – die geheime Macht der Listen regiert.

6 <http://infolab.stanford.edu/~backrub/google.html> (abgerufen am 22.01.2021).

7 <https://blog.hubspot.de/marketing/google-algorithmus> (abgerufen am 22.01.2021).

8 <https://static.googleusercontent.com/media/guidelines.raterhub.com/de//searchqualityevaluatorguidelines.pdf> (abgerufen am 22.01.2021).

9 So heißt es a.a.O.: „Users need high quality information from authoritative sources when researching products, especially when products are expensive or represent a major investment/important life event (e.g., cars, washing machines, computers, wedding gifts, baby products, hurricane shutters, large fitness equipment). When buying products, users need websites they can trust: good reputation, extensive customer service support, etc. Results for product queries may be important for both your money and your life (YMYL)!“

10 <https://searchengineland.com/rip-google-pagerank-retrospective-244286> (abgerufen am 22.01.2021).

Literatur

Eco (2009): U. Eco, Die unendliche Liste, München 2009.

Goody (2012): J. Goody, Woraus besteht eine Liste?, in: S. Zanetti (Hrsg.): Schreiben als Kulturtechnik, Grundlagentexte, Berlin 2012, 338–396.

Stäheli (2019): U. Stäheli, Indizieren – Die Politik der Unsichtbarkeit, in: M. Stempfhuber / E. Wagner (Hrsgg.), Praktiken der Überwachten, Öffentlichkeit und Privatheit im Web 2.0, Wiesbaden 2019, 17–41 (= Indexing – The politics of invisibility, in: Environment and Planning D: Society and Space 31:1, 2016, 14–29).

Stalder (2016): F. Stalder, Kultur der Digitalität, Frankfurt 2016.

Young (2017): L. C. Young, List Cultures: Knowledge and Poetics from Mesopotamia to BuzzFeed, Amsterdam 2017.

Internetseiten

<http://infolab.stanford.edu/~backrub/google.html> (abgerufen am 22.01.2021).

<https://blog.hubspot.de/marketing/google-algorithmus> (abgerufen am 22.01.2021).

<https://searchengineland.com/rip-google-pagerank-retrospective-244286> (abgerufen am 22.01.2021).

<https://static.googleusercontent.com/media/guidelines.raterhub.com/de//searchqualityevaluatorguidelines.pdf> (abgerufen am 22.01.2021).

Autorenkontakt¹¹

Prof. Dr. Charlotte Schubert

Lehrstuhl für Alte Geschichte
Historisches Seminar
Universität Leipzig
Beethovenstr. 15
04107 Leipzig

Email: schubert@uni-leipzig.de

¹¹ Die Rechte für Inhalt, Texte, Graphiken und Abbildungen liegen, wenn nicht anders vermerkt, bei den Autoren. Alle Inhalte dieses Beitrages unterstehen, soweit nicht anders gekennzeichnet, der Lizenz CC BY 4.0.