

Freie Universität Berlin

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Symbolische Netzwerke in der Debatte um Plattformregulierung

Wie die Presse über den Digital Services Act berichtet

Wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades

Master of Arts

im Masterstudiengang Medien und Politische Kommunikation

Referent: Prof. Dr. Christoph Neuberger

vorgelegt von: Anna Süß

Berlin, 7. Juli 2023

Inhalt

1	Einleitung.....	1
2	Spannungsverhältnisse zwischen Presse und Plattformen.....	4
2.1	Politische Akteure in der Debatte um Plattformregulierung.....	4
2.1.1	<i>Medien als politische Akteure.....</i>	5
2.1.2	<i>Plattformen als politische Akteure.....</i>	8
2.2	Das Verhältnis von Presse- und Plattformunternehmen.....	10
2.2.1	<i>Veränderung der Medienöffentlichkeit durch Plattformisierung.....</i>	11
2.2.2	<i>Versuche der Gestaltung des Verhältnisses.....</i>	12
3	Institutionen in der Debatte um Plattformregulierung.....	14
3.1	Discursive Media Institutionalism.....	16
3.2	Journalismus als Institution.....	19
3.3	Plattformregulierung als Institution.....	20
3.3.1	<i>Von der Medien- zur Kommunikationspolitik.....</i>	20
3.3.2	<i>Der Digital Services Act.....</i>	23
4	Kommentierung von Plattformregulierung durch die Presse.....	28
5	Forschungsfragen.....	29
6	Methode.....	31
6.1	Die symbolische Netzwerkanalyse.....	33
6.2	Datengrundlage und Analyse.....	34
7	Ergebnisse und Diskussion.....	38
7.1	Relevante Akteure und Argumente.....	41
7.1.1	<i>Sichtbarkeit.....</i>	41
7.1.2	<i>Thematisierung durch Sprecher:innen.....</i>	43
7.1.3	<i>Problem- und Interessensdefinitionen.....</i>	45
7.2	Diskursive Koalitionen.....	49
7.2.1	<i>Interaktionsstrukturen.....</i>	49
7.2.2	<i>Disputkonstellationen.....</i>	51
7.3	Plattformunternehmen in der Presse.....	56

7.3.1	<i>Meta</i>	56
7.3.2	<i>Alphabet</i>	57
7.3.3	<i>Andere Plattformen</i>	58
8	Fazit.....	59
Anhang A	Codebuch.....	62
A1	Definitorischer Rahmen.....	62
	<i>Untersuchungsziel</i>	62
	<i>Definition der Auswahleinheit</i>	62
	<i>Definition der Analyseeinheit</i>	62
	<i>Definition der Kontexteinheit</i>	63
	<i>Vorstudie</i>	63
A2	Variablensystem	66
	<i>Auf Artikelebene</i>	66
	<i>Auf Claimsebene</i>	69
	<i>Tabellarische Übersicht über die Variablen</i>	75
Anhang B	Tabellen	77
B1	Häufigkeit der Wertungen.....	77
B2	Anzahl Claims pro Artikel je Zeitung.....	77
B3	Häufigkeit, mit der der DSA Hauptthema des Artikels ist	77
B4	Anzahl der Artikel zum DSA je Zeitung	77
B5	Häufigkeiten der Aktionsformen	78
B6	Häufigkeit der journalistischen Genres je Zeitung	78
Anhang C	Abbildungen	79
C1	Unterstützungs- (1) und Kritiknetzwerk (2).....	79
C2	Dendogramm zur Clusteranalyse	80
9	Literaturverzeichnis	81

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Medieninstitutionen im Discursive Media Institutionalism.....	19
Abbildung 2 Plattformregulierung in Deutschland und der EU.....	24
Abbildung 3 Bedeutung der Debatte um den DSA im Zeitverlauf.....	39
Abbildung 4 Häufigkeit der Ressortzuteilung je Zeitung.	40
Abbildung 5 Hauptkommunikationsadern zwischen Akteuren auf Organisationsebene.....	50
Abbildung 6 Unterstützungs- und Kritiknetzwerke	53

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Strukturmerkmale der Untersuchungsmedien	35
Tabelle 2 Variablen und Werte des Holsti-Koeffizienten.	36
Tabelle 3 Sichtbarkeit, Prestige, Prominenz und Interessensdefinition je Akteursgruppe.	42
Tabelle 4 Kommentator:innen je Gruppe.....	44
Tabelle 5 Argumente pro Akteursgruppe (Sprecher:innen).....	45
Tabelle 6 Verantwortungszuweisungen	47

Abkürzungsverzeichnis

AGB	Allgemeine Geschäftsbedingungen
DMA	Gesetz über digitale Märkte (englisch: Digital Markets Act)
DSA	Gesetz über digitale Dienste (englisch: Digital Services Act)
DSGVO	Datenschutzgrundverordnung
EDAP	Europäischer Aktionsplan für Demokratie (englisch: European Democracy Action Plan)
ErwGr	Erwägungsgrund
EU	Europäische Union
FAZ	Frankfurter Allgemeine
M	Mittelwert (arithmetisches Mittel)
NetzDG	Netzwerkdurchsetzungsgesetz
NMBC	News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code
SZ	Süddeutsche Zeitung
taz	taz, die tageszeitung
VLOP	sehr große Online-Plattform (englisch: very large online platform)
Welt	Die Welt

1 Einleitung

„So wie der 11. September einen Paradigmenwechsel bei der weltweiten Sicherheitspolitik markiert hat, wurden wir 20 Jahre später Zeuge eines Vorher-Nachher bei der Rolle von digitalen Plattformen in unserer Demokratie“ (Breton, 2021). Mit diesen Worten kommentierte Thierry Breton, EU-Kommissar für den Binnenmarkt und Dienstleistungen, in einem Gastbeitrag in der Welt den maßgeblich durch den damaligen US-Präsidenten Donald Trump über soziale Medien angefeuerten Sturm auf das Kapitol im Januar 2021 als Folge und Höhepunkt des von Desinformation und Gewaltaufrufen geprägten US-Wahlkampfes. Im gleichen Artikel fordert er mehr Plattformregulierung zum Schutz der Demokratie und stellt den Digital Services Act (DSA) und Digital Markets Act (DMA) der Europäischen Union (EU) als Maßnahme dafür vor.

Schon die Desinformationskampagnen zum Brexit-Referendum in Großbritannien und zur US-Wahl im Jahr 2016 stellten einen Wendepunkt in der bis dahin eher positiven Betrachtung der Rolle von Plattformen dar (Jaursch, 2019, S. 12). Seit dem Arabischen Frühling wurde diesen eine demokratiefördernde Wirkung zugeschrieben (Lynch et al., 2016, S. 5). Auch wenn diese positive Einschätzung durch Studien nicht uneingeschränkt bestätigt werden konnte (Lynch et al., 2016, S. 3), führten erst die Ereignisse im Jahr 2016 dazu, dass die Rolle von Plattformen bei der Verbreitung von Desinformation als Gefahr für die Demokratie gesehen wird (Spindler, 2023, S. 2). Die großen Plattformunternehmen Meta und Alphabet mit ihren sehr großen Online-Plattformen (VLOPs, englisch: very large online platform) Facebook und Google gelten als Bedrohung (Kretschmer et al., 2022, S. 2) und haben Kommunikationsprozesse stark verändert (Kettemann et al., 2021, S. 138).

Verstärkt wurden diese Tendenzen mit Beginn der Corona-Pandemie 2020 dadurch, dass bedingt durch die Kontaktbeschränkungen viele Menschen deutlich mehr Zeit online verbrachten (Chiarella, 2023, S. 33). Cornils et al. (Cornils et al., 2022, S. 1) sehen dadurch eine Verschärfung des Problems: „Je mehr Interaktion im Internet stattfindet, desto deutlicher treten auch die Risiken seiner Nutzung für Individuen und die Gesellschaft zu Tage“. Das bestätigen auch die Ergebnisse der JIM-Studie 2021 (Feierabend et al., 2021), für die 1.200 Jugendliche von zwölf bis 19 Jahren befragt wurden. Davon gaben 58% an, im Vormonat der Befragung im Internet Hassbotschaften gelesen zu haben, 42% begegneten Desinformationen (Feierabend et al., 2021, S. 61). Das bedeutet in beiden Fällen einen

Anstieg zum Vorjahr um zehn bzw. acht Prozent (Feierabend et al., 2021, S. 62). Diese Entwicklungen drängen Regierungen zu Regulierungsvorhaben, die über die bis dahin vornehmlich praktizierte Selbstregulierung hinausgehen (Kettemann et al., 2021, S. 138).

Parallel dazu wird der Journalismus, der – auch durch das Vordringen der Plattformen in journalistische Marktbereiche – unter Bedeutungsverlust litt und sich ökonomischen Schwierigkeiten ausgesetzt sah, vermehrt wieder in seiner Rolle als „Gatekeeper“ gegen Desinformation geschätzt (Vos & Thomas, 2019, S. 410). Gleichzeitig sind die Medien, besonders die Qualitätspresse, der Ort, an dem die Debatte um die Gefahren der Plattformen und ihre Regulierung geführt werden.

Online-Plattformen sind seit Mitte der 2010er Jahre Gegenstand der Forschung (vgl. Helberger et al., 2015). In den Politikwissenschaften ist die Analyse der Wirkung und Effektivität verschiedener Plattformregulierungsmaßnahmen Teil der Governance-Forschung (Flew & Martin, 2022; Ganter, 2022; Puppis, 2020) und in den letzten Jahren beschäftigen sich Kommunikations- und Politikwissenschaftler:innen vermehrt mit den politischen Prozessen der Regulierungspolitik und ihren Akteuren, vor allem in Fallstudien (Ganter, 2022; Heimbürg et al., 2023; Popiel, 2022; Schlag, 2023). Dabei wurden Online-Plattformen als „Intermediäre“ definiert. In dieser Arbeit soll die Definition von Dreyer und Schulz verwendet werden, die Intermediäre¹ als Online-Dienste beschreibt, „die die Vermittlung zwischen Inhaltenanbietern und Endnutzerinnen und Endnutzer ermöglichen und aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer dabei Funktionen der Orientierung und Aufmerksamkeitssteuerung übernehmen“ (Dreyer & Schulz, 2019, S. 5, zitiert nach Jarren, 2022, S. 327). Die Begriffe Online-Plattform und Intermediär werden im Folgenden synonym verwendet. Wie die Debatte über diese in Qualitätszeitungen dargestellt und kommentiert wird und wie Presseverlage als politische Akteure dabei ihre „Gatekeeper“-Funktion nutzen, ist bisher weitgehend unerforscht.

Im Zentrum steht dieser Arbeit steht daher die Frage: *Wie wird die Debatte zur Regulierung von Plattformunternehmen medial dargestellt?* Presse und Plattformen stehen in einem Konkurrenzverhältnis, verfügen aber über unterschiedliche Arten von Ressourcen und Macht, die dieses Verhältnis bestimmen und sich auf ihr Handeln im Politikfeld

¹ Jarren (2022, S. 327) merkt an, dass publizistische Medien ebenfalls zu den Intermediären zählen, da sie eine Plattform für Inhalte – wenn auch nur ihre eigenen – bieten. Teil der „Plattformökonomie“ sind sie jedoch nicht.

Plattformregulierung und ihr Auftreten in der Debatte darüber auswirken. Ebenso findet ihr Handeln im Kontext der journalistischen Selektions- und Produktionsbedingungen statt. Journalist:innen bringen ihre eigenen Standpunkte in den medialen Diskurs ein, entscheiden aber auch über den Zugang der anderen Akteure zu diesem (Ferree et al., 2002, S. 12). Nutzen sie diese „Doppelrolle“, um den Diskurs ihren eigenen Interessen entsprechend zu lenken oder berichten sie objektiv? Auch steht Plattformregulierung in der Tradition der Medienpolitik, für deren Regulierung sich in Deutschland und Europa bereits Systeme und Praktiken der Regulierung etabliert haben (Kettemann et al., 2021, S. 138). Daher wird aufgrund der explorativen Fragestellung auf den Forschungsstand zu diesen zurückgegriffen.

Wie sich diese Kontexte auf die Akteure auswirken und wie sie dadurch in der medialen Debatte auftreten, soll in der vorliegenden Arbeit am Beispiel des DSA, des „Plattformgrundgesetzes der EU“ (Werner, 2021), untersucht werden. Dabei werden während des Gesetzgebungsprozesses im Zeitraum von Juli 2019 bis Oktober 2021 veröffentlichte Artikel der Zeitungen taz, die tageszeitung (taz), Süddeutsche Zeitung (SZ), Frankfurter Allgemeine (FAZ) und Die Welt (Welt) inhalts- und netzwerkanalystisch ausgewertet.

Anschließend an diese Einleitung soll zunächst der Forschungsstand dargelegt werden, der zur Beantwortung der Forschungsfrage relevant ist. Beginnend wird in Kapitel 2 auf der Mikro-Ebene das Spannungsverhältnis zwischen der Presse und Plattformen beleuchtet, wobei beide Akteure zunächst in Kapitel 2.1 mit ihren Interessen, Strategien und der ihnen zur Verfügung stehenden Macht und anschließend in Kapitel 2.2 ihr durch die „Plattformisierung“ (Eisenegger, 2021) der Gesellschaft bestimmtes Verhältnis vorgestellt werden. Kapitel 3 führt zunächst den *Discursive Media Institutionalism* (Ganter & Löblich, 2021) als theoretisches Modell ein (Kap. 3.1), bevor die Institutionen und Makro-Kontexte beschrieben werden, die sich auf die mediale Debatte um Plattformregulierung auswirken: Kapitel 3.2 beschreibt die Funktion und normative Rolle des Journalismus, Kapitel 3.3 die strukturellen Bedingungen des Politikfelds Medienpolitik. In dem Schnittmengenkapitel 4 wird diskutiert, wie die vorher beschriebenen Mikro- und Makro-Kontexte in der medialen Debatte um Plattformregulierung zusammenwirken. Auf dieser Grundlage werden in Kapitel 5 die Forschungsfragen dieser Arbeit aufgestellt.

Die Vorstellung der symbolischen Netzwerkanalyse als Methode zur Untersuchung von medialen Debatten auf verschiedenen Ebenen (Kap. 6.1) erfolgt in Kapitel 6. Symboli-

sche Netzwerke zeigen vermittelt durch den medialen Filter Beziehungen zwischen Akteuren (Adam, 2008, S. 184–185). Ebenso werden die Datengrundlage und das Vorgehen bei der Analyse beschrieben (Kap. 6.2). Auf dieser Basis findet in Kapitel 7 die Ergebnisdarstellung und Diskussion statt. Hier werden zunächst in einer allgemeinen Analyse die Daten näher beschrieben, bevor die aufgestellten Forschungsfragen beantwortet werden. Zuletzt werden in Kapitel 8 die Ergebnisse dieser Studie zusammengefasst und auf das Konzept des *Discursive Media Institutionalism* zurückbezogen, diskutiert und anschließend die Grenzen dieser Studie sowie die Implikationen für die zukünftige Forschung aufgezeigt.

2 Spannungsverhältnisse zwischen Presse und Plattformen

Die in der Einleitung beschriebenen Wendepunkte in der Betrachtung von Plattformen wurden auch durch die Medien beobachtet und kommentiert. Gleichzeitig drängten Plattformen sich immer mehr auch in das Kerngeschäft der Presseverlage und entwickelten sich zudem zu den wichtigsten Akteuren im Werbemarkt. Wie Presseverlage (Kap. 2.1.1) und Plattformen (Kap. 2.1.2) als politische Akteure auftreten und sich in der Debatte um Plattformregulierung positionieren sowie ihr Verhältnis zueinander (Kap. 2.2) sollen daher in diesem Kapitel diskutiert werden.

2.1 Politische Akteure in der Debatte um Plattformregulierung

Page (1996, S. 20) beschreibt politische Akteure als solche, die beobachtbare und absichtsvolle Handlungen durchführen und sich durch ihr Handeln als Einheit von anderen Akteuren abgrenzen lassen. Dieser Definition folgen auch Pfetsch und Adam (2008), die Pages Aufsatz „The Mass Media as Political Actors“ (1996) als wichtigen Aufruf verstehen, die Akteursperspektive in der politischen Kommunikationsforschung anzuwenden. Politische Akteure treten mit ihren Themen und Meinungen in den öffentlichen Diskurs und versuchen, diese dort durchzusetzen. Sie folgen dabei bestimmten Handlungslogiken und nutzen spezifische Strategien (Adam, 2007, S. 92). Der politische Diskurs schließt nicht nur Politiker:innen mit ein, sondern auch andere politische Akteure, insbesondere die Medien, und auch die allgemeine Öffentlichkeit (Schmidt, 2008, S. 310). Diese umfasst auch zivilgesellschaftliche Organisationen sowie seit den 90er Jahren vermehrt transnationale politische Akteure, beispielsweise auf EU-Ebene, kommerzielle Akteure, wie private Rundfunkunternehmen und ihre Verbände (Jarren, 1998, S. 624). Zuletzt sind Plattformen

als neue politische Akteure in der Debatte um Plattformregulierung hinzugetreten (Jarren, 2022, S. 326).

Jarren stellte schon Ende der 90er eine Machtverschiebung in medienpolitischen Diskursen von den zivilgesellschaftlichen Organisationen und dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk hin zu kommerziellen Anbietern fest (Jarren, 1998, S. 625). Die Konsument:innen und Nutzer:innen waren auch damals als Akteure kaum einbezogen, da sie nur in Ausnahmefällen organisiert sind und über keine gemeinsamen Interessen oder Ressourcen verfügen (Jarren, 1998, S. 625; vgl. Pfetsch, 2003, S. 237). Das Handeln der Akteure wird durch ihre Eigeninteressen geprägt (Maier & Dogruel, 2016, S. 150), der Erfolg ihres Handelns hängt stark von der ihnen zugeschriebenen Macht ab (Ganter & Löblich, 2021, S. 2284). Sie verfügen damit über „höchst unterschiedliche Thematisierungsfähigkeiten“ (Jarren, 1998, S. 626). Über welche Eigeninteressen, Strategien und Macht Medien und Plattformen jeweils verfügen, wird im Folgenden erläutert.

2.1.1 Medien als politische Akteure

Entgegengesetzt der teilweise in den Kommunikationswissenschaften angenommen ausschließlichen Betrachtung von Medien in ihrer vermittelnden Rolle „impliziert [eine Betrachtung von Medien als Akteure] eine eigene Handlungsautonomie und eine eigene Logik, die ihr intentionales Handeln strukturiert. Medien in dieser Perspektive sind demnach nicht nur Vermittler oder Forum des politischen Prozesses, sondern vielmehr eine eigenständige relevante Einflussgröße“ (Pfetsch & Adam, 2008, S. 10–11). Medien nehmen demnach eine duale Rolle ein: Sie vertreten ihre eigenen Interessen, beispielsweise in Kommentaren in der Presse oder den öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen, wählen aber gleichzeitig andere Akteure und ihre Positionen für die Berichterstattung aus (Adam, 2008, S. 183) und sind somit „Gatekeeper und Selektionsinstanzen für Botschaften anderer politischer und gesellschaftlicher Akteure“ (Pfetsch & Adam, 2008, S. 10). Dabei ist interessant zu untersuchen, welche Akteure und Positionen Medien für die Berichterstattung auswählen. Denn durch ihre Selektion produzieren sie Realität (Pfetsch & Adam, 2008, S. 11) und verfügen somit über viel Macht im Diskurs.

Die Eigeninteressen der Medienunternehmen werden je nach Forschungsrichtung unterschiedlich gedeutet. Im Blick der Forscher:innen mit einem Zugang über die politische Ökonomie handeln Medien vor allem nach ökonomischen Interessen. Ihr Ziel ist es,

möglichst viel Aufmerksamkeit zu erhalten und zu bündeln (Pfetsch & Adam, 2008, S. 12). „Aus dieser Perspektive ist der politische Einfluss der Medien ein Nebenprodukt ökonomischer Interessen und Konkurrenz“ (Pfetsch & Adam, 2008, S. 12). Im Fokus handlungstheoretischer Studien steht dagegen das nutzenorientierte Handeln von einzelnen Medienakteuren (Pfetsch & Adam, 2008, S. 13). Medien versuchen, den öffentlichen Diskurs zu beeinflussen, mit dem Ziel, den eigenen Nutzen zu maximieren. Am deutlichsten wird dies laut Eilders (2008, S. 27–28) im Genre des Kommentars. Als dritte Perspektive auf Medien als politische Akteure dient der Neo-Institutionalismus, der die Akteure weniger im Einzelnen betrachtet, sondern den Einfluss von etablierten Normen und Routinen auf die Gesamtheit der medialen Akteure in den Fokus stellt (Pfetsch & Adam, 2008, S. 15). „Medien kann man dabei als Akteure im Sinne von Regelsystemen verstehen, die politische Prozesse (a) in entscheidender Weise kontextualisieren oder (b) politische Prozesse aktiv mitgestalten bzw. auf sie einwirken“ (Pfetsch & Adam, 2008, S. 16).

Wie in Kapitel 3.3 gezeigt wird, wird Plattformregulierung hauptsächlich unter Ausschluss der Öffentlichkeit verhandelt. Außerdem herrscht ein geringes gesellschaftliches Interesse an diesen Debatten (Jarren, 2018, S. 27). Der Zugang zum Forschungsinteresse über die politische Ökonomie scheint daher nicht geeignet, da eine Bindung der Aufmerksamkeit von Leser:innen durch die Berichterstattung über den DSA nicht zu erwarten ist. Aufgrund der Betroffenheit der Presse von Plattformregulierung (vgl. Kap. 2.2) kann außerdem davon ausgegangen werden, dass diese ein großes Interesse am Verlauf und Ausgang der politischen Diskussion zum DSA haben wird. Handlungstheoretische Ansätze fokussieren die Unterschiede zwischen den Interessen, Positionen und Ziele der medialen Akteure (Pfetsch & Adam, 2008, S. 19–20). Da alle Verleger in einem ähnlichen Maße von den Strukturveränderungen durch die Etablierung von Plattformen – auch im Geschäftsbereich der Medien – betroffen sind, scheinen neo-institutionalistische Ansätze als Theoriegrundlage für diese Arbeit am geeignetsten. Diese nehmen medienübergreifende Routinen und Praktiken in den Blick (Pfetsch & Adam, 2008, S. 19–20). Ganz aus dem Blick gelassen werden sollen die beiden anderen Ansätze allerdings nicht, da die Eigeninteressen der Verlage oft durch ihre wirtschaftlichen Interessen geprägt sind (Löblich, 2011, S. 425).

Medien nutzen ihren etablierten Zugang zu politischen Entscheider:innen als Resource, um dort Lobbying zu betreiben (Löblich, 2011, S. 426). Dies gilt insbesondere für

die Leitmedien, deren Berichterstattung und insbesondere deren Kommentare von einem großen Publikum und von politischen Entscheider:innen gelesen werden. Sie verfügen somit über ein „spezifisches Machtzentrum“ (Eilders, 2008, S. 38).

Im Folgenden sollen Zeitung und Verlag Maier und Dogruel (2016) folgend als ein Akteur betrachtet werden, da die Journalist:innen neben ihrem Berufsverständnis auch von den Verlagsinteressen geprägt und als nicht vollkommen unabhängig davon betrachtet werden können (Maier & Dogruel, 2016, S. 149). Durch ihre etablierte Rolle im politischen Diskurs verfügen Verleger über politische Ressourcen. In einer qualitativen Dokumentenanalyse zu Plattformregulierungsvorhaben in fünf Ländern stellt Ganter (2022) fest, dass Verleger diese Ressourcen verstärkt nutzen, wenn sie ihre Definitionsmacht im Diskurs oder den Journalismus als Institution und ihr Geschäftsmodell gefährdet sehen. Neuen Akteuren, insbesondere solchen mit beschränkten Ressourcen wird die Beeinflussung des Diskurses somit erschwert (Ganter, 2022, S. 301). Die von den Verlegern geforderte Verantwortungszuweisungen auf die EU-Ebene konnten sie im Untersuchungszeitraum, der die Jahre von 2005 bis 2015 umfasst, nicht durchsetzen (Ganter, 2022, S. 300).

In einer Fallstudie untersuchten Bossio et al. (2022) die Reaktionen von Politik, Medien und Plattformen auf ein von der australischen Regierung geplantes Gesetz zur Plattformregulierung und zur Unterstützung des Journalismus, den News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code (NMBC). Die Medien positionierten sich dort geschlossen für das Gesetz und koordinierten gemeinsame Lobbyaktivitäten (Bossio et al., 2022, S. 145). Auch nutzen sie ihren privilegierten Zugang zur Öffentlichkeit und berichteten während des Gesetzgebungsprozesses intensiv und veröffentlichten Kommentare, Analysen und Kritiken über den NMBC, um das Interesse und die Relevanz für das Thema hochzuhalten (Bossio et al., 2022, S. 145).

Durch die „Mediatisierung“ politischer Prozesse passen sich Politiker:innen an die Nachrichtenlogik an, um in den Medien stattzufinden. Asp (2014, S. 267) sieht darin eine zu große Macht der Medien über die Politik, zumal Journalist:innen und Verlage im Gegensatz zu politischen Akteuren nicht demokratisch legitimiert sind. In westlichen Demokratien werden Medien jedoch durch ihren Anspruch legitimiert, die Demokratie zu schützen. Sie gelten als wichtiger Raum der gesellschaftlichen Aushandlung von Themen. Daran geknüpft ist allerdings auch die Erwartung, allen beteiligten Akteuren Zugang zu Debatten zu gewährleisten (Ogbebor, 2020, S. 188).

2.1.2 Plattformen als politische Akteure

Online-Plattformen entstanden erst in den 2000er Jahren, Google² (heute zu Alphabet gehörend) wurde im Jahr 1998 gegründet (Google, 2023), Facebook³ (heute zu Meta gehörend) gibt es seit 2004 (Meta, 2023). Plattformen haben sich daher erst im Verlauf der letzten Jahre etabliert und „sind neben die publizistischen Medien getreten, stehen mit diesen in einer ökonomischen und sozio-kulturellen Konkurrenzbeziehung“ (Jarren, 2022, S. 326). Sie stellen auf verschiedene Arten eine neue Form von Akteuren dar, da sie sich außerhalb bestehender Technologien, Branchen, Geschäftsmodelle und Kommunikationssysteme entwickelt haben (Jarren, 2022, S. 328–329). Somit kann die Etablierung von Plattformen als ein Prozess der Institutionalisierung nach neo-institutionalistischem Verständnis bezeichnet werden (Jarren, 2022, S. 330, 335). Auf der Mikroebene haben sie einen großen Einfluss auf das Leben von Individuen und ihre Beziehungen, schaffen Abhängigkeiten und bestärken den gesellschaftlichen Trend zur Individualisierung (Jarren, 2022, S. 341–345). Auch auf der Mesoebene sind sie „für den gesellschaftlichen Wettbewerb der Organisationen wie der Individuen in hohem Masse relevant geworden“ (Jarren, 2022, S. 341). Die Ausweitung ihrer Strukturen und ihrer Geschäftsbereiche auf andere Gesellschaftsbereiche verfolgen sie auf der Makroebene (Jarren, 2022, S. 337).

Zu welchen Themen sich Plattformen in der Öffentlichkeit positionieren untersuchte Popiel (2022) in einer Fallstudie zur politischen Kommunikation von Plattformen mit Daten aus dem Jahr 2019. Dabei zeigte sich, dass die Plattformen sich zu einer Vielzahl an Themen äußern. Im Zentrum stehen allerdings die für sie politisch bedeutsamen wie Inhaltmoderation und Datenschutz. Dabei ist Meta mit mehr als 100 von insgesamt 238 Unternehmens-Blogbeiträgen am aktivsten (Popiel, 2022, S. 137–138). Die Plattformunternehmen schreiben Regierungen die Verantwortung für die globale Harmonisierung von Regulierung und Standards vor, insbesondere fordern sie dies in den Bereichen der künstlichen Intelligenz, Datensammlung und -nutzung, der Integrität von Wahlen,

² Im Folgenden wird von Google gesprochen, wenn der Intermediär und Plattformdienst gemeint ist. Ist das Unternehmen als handelnder Akteur gemeint, so wird die Bezeichnung Alphabet verwendet.

³ Analog zu der Bezeichnung von Google wird auch hier von Facebook gesprochen, wenn der Intermediär und Plattformdienst gemeint ist. Ist das Unternehmen als handelnder Akteur gemeint, wird die Bezeichnung Meta verwendet. 2021 wurde der Mutterkonzern Facebook in Meta umbenannt, die Bezeichnung Meta für diesen in dieser Arbeit aber durchgängig und unabhängig vom Bezugszeitraum verwendet, um Verwechslungen zu vermeiden.

Privatsphäre, Meinungsäußerungsfreiheit und der Terrorismusbekämpfung (Popiel, 2022, S. 141). Ihre Vorstellung von Plattformregulierung ist dabei geprägt von technischen Lösungsansätzen und Verantwortungsdispersion und ordnet die gesellschaftlichen Bedürfnisse denen der Plattformindustrie unter (Popiel, 2022, S. 143). Die sehr großen Online-Plattformen (VLOPs, englisch: very large online platforms) fordern außerdem strenge Datenschutzrichtlinien. Da die Umsetzung dieser mit hohen Kosten verbunden ist, entsteht für sie so ein Wettbewerbsvorteil gegenüber kleineren Plattformen, die sich zu potentiellen Konkurrenten entwickeln könnten (Popiel, 2022, S. 142).

Plattformen, insbesondere die VLOPs, verfügen über viele Ressourcen, um ihre Interessen durchzusetzen. Eine Ressource sind die Plattformen selbst. Neuberger (2018b) beschreibt drei Wege, wie über Plattformen die öffentliche Meinung beeinflusst werden kann: Erstens schaffen die Plattformbetreiber selbst die Bedingungen und Mechanismen, nach denen Akteure und Inhalte ausgewählt und vermittelt werden („interne Manipulation“), zweitens werden Medienunternehmen und Verlage zunehmend abhängiger von Plattformen (siehe dazu Kap. 2.2) und drittens können externe Akteure die Plattformen nutzen, um gezielt die öffentliche Meinung zu beeinflussen („externe Manipulation“) (Neuberger, 2018b, S. 79).

Durch ihre ökonomische Stärke und ihre globale Tätigkeit sind die VLOPs Marktführer und setzen eigene Standards bezüglich der Selbstregulierung, sie schaffen somit Bedingungen (Stark & Magin, 2019, S. 389). Auch nutzen sie die ihnen zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel, um ihre Interessen durchzusetzen. Auf EU-Ebene geben sie jedes Jahr fast 100 Millionen Euro für Lobbyaktivitäten aus – und liegen damit noch vor der Automobil-, Öl- und Rüstungsindustrie. Außerdem finanzieren sie Verbände und Think Tanks, des Weiteren sind sie aktiv in der Wissenschafts- und Medienförderung (Theine et al., 2023, S. 28).

Im bereits erwähnten Gesetzgebungsprozess zum NMBC drohte Meta der australischen Regierung sogar damit, australischen Bürger:innen seine Dienste nicht mehr zur Verfügung zu stellen, wenn das Unternehmen Zahlungen an Nachrichtenunternehmen zur Nutzung ihrer Inhalte zahlen müsse (Bossio et al., 2022, S. 137) und blockierte den Zugriff auf Nachrichten- und Informationsinhalte aus Australien (Bossio et al., 2022, S. 141).

Meta und auch Alphabet begründeten ihre Ablehnung des Gesetzes damit, dass sie ihren Nutzer:innen als Inhalteersteller und -konsumenten verpflichtet seien, nicht jedoch

den Nachrichtenunternehmen (Bossio et al., 2022, S. 140). Auch Alphabet drohte zunächst damit, seine Suchfunktion in Australien zu deaktivieren (Bossio et al., 2022, S. 140), änderte dann aber seine Strategie und schloss Verträge mit australischen Nachrichtenmedien ab, was das Image des Unternehmens im Land wieder aufbesserte (Bossio et al., 2022, S. 141).

Durch die ihnen zur Verfügung stehenden Ressourcen konnten Plattformunternehmen ihre Macht ausbauen und etablieren: „Big digital platforms became too much of a definitional power in the existing structure to be considered rule breakers“ (Ganter, 2022, S. 302). Durch eigens aufgebaute Systeme der privaten Aufsicht wie das „Facebook Oversight Board“ etablieren die VLOPs Selbstregulierung und privatisieren somit die In-haltemoderation, während sie gleichzeitig an ihren gewinnbringenden Geschäftsmodellen festhalten (Popiel, 2022, S. 144). Sie machen Regierungen anhängig von ihrem Input, indem sie auf Co-Regulierung setzen und bringen vermeiden somit durch freiwillige Selbstverpflichtungen kartellrechtliche Regulierungsvorhaben (Popiel, 2022, S. 144). VLOPs wie Facebook und Google, die global nutzbar sind, sind kaum in nationale – und somit demokratisch legitimierte – Strukturen eingebunden und ihre Betreiber können sich dadurch vielen Regulierungsvorhaben entziehen (Stark & Magin, 2019, S. 389–390).

Die Plattformen werden in der Journalismusforschung, von Politiker:innen und industriellen Interessensvertreter:innen als disruptiv bezeichnet, die asymmetrischen Machtverhältnisse werden kritisiert und in ihnen eine Gefahr für die Demokratie gesehen (Ganter, 2022, S. 291). Die von Asp (2014) kritisierte zu große Macht der Medien über die Politik werden von den Intermediären zu einem gewissen Teil aufgelöst, da sie Politiker:innen, beispielsweise über soziale Medien, einen direkten Zugang zu ihren Bürger:innen und potentiellen Wähler:innen ermöglichen (Puppis, 2020, S. 191). Dafür sind nun Anpassungen der Politiker:innen an die Plattformlogik nötig, möchten sie diesen Zugang effektiv für sich nutzen (Stark & Magin, 2019, S. 400). Stark und Magin drücken dies besonders drastisch aus: „Denn [die Plattformunternehmen] machen die Politik erpressbar durch diejenigen, die sie regulieren sollen“ (Stark & Magin, S. 400).

2.2 Das Verhältnis von Presse- und Plattformunternehmen

Das Auftreten von Online-Plattformunternehmen als neue politische Akteure und ihr Vordringen auch in den Nachrichtenmarkt haben die etablierte Rolle von Medien als politische Akteure und ihre Funktion zur Herstellung und Vermittlung von Öffentlichkeit in

Frage gestellt. Die durch die „Plattformisierung“ (Eisenegger, 2021) hervorgerufenen Veränderungen der Funktionsweise nicht nur des Internets, sondern auch von öffentlicher Kommunikation (Löblich & Nietzsche, 2020, S. 32), sowie gegenseitige Abhängigkeiten zwischen Medien und Plattformen bestimmen das Spannungsverhältnis zwischen diesen. Dieses und Versuche der Gestaltung dieses Verhältnisses durch Politik, Medien und Plattformunternehmen sollen im Folgenden beschrieben werden.

2.2.1 Veränderung der Medienöffentlichkeit durch Plattformisierung

Plattformisierung bezeichnet die gestiegene gesellschaftliche Bedeutung von Online-Plattformen und die Veränderungen des Internets, der Gesellschaft und der Medienöffentlichkeit, die dies mit sich bringt (Eisenegger, 2021, S. 17). Das Monopol über ihre Inhalte, über das die Verleger historisch verfügten, wird von den Online-Plattformen, die Nachrichteninhalte digital ansammeln, herausgefordert (Ganter, 2022, S. 300). Schon seit den frühen 2000er Jahren untergraben Plattformunternehmen durch die Nachrichtenaggregation Urheberrechtsbestimmungen (Ganter, 2022, S. 290) und stellen somit eine Gefahr für journalistische Geschäftsmodelle dar (Ganter, 2022, S. 292). Die Plattformen drängen in den Nachrichtenmarkt, indem sie informativen Inhalten eine größere Relevanz gegenüber nutzer:innengenerierten Inhalten zuweisen. Verlage und andere Medienunternehmen erhalten so zwar neue Verbreitungswege für ihre Inhalte, die Bedingungen dafür werden ihnen aber von den Plattformen diktiert (Stark & Magin, 2019, S. 390). Auch werden Presseverlage für Werbekunden aufgrund ihrer gesunkenen Reichweite unattraktiver, diese werben hauptsächlich auf den VLOPs (Löblich & Nietzsche, 2020, S. 35).

Ganter (2022) kommt in ihrer bereits erwähnten Fallstudie zu dem Schluss, dass die Plattformunternehmen sich so vermehrt nicht nur zu politischen Akteuren, sondern auch zu Konkurrenten der Nachrichtenproduzenten entwickelten (Ganter, 2022, S. 290). Sie haben an diskursivem Einfluss gewonnen und können so neue Bedeutungen etablieren (Ganter, 2022, S. 301). Mit diesem Gewinn an diskursivem Einfluss geht auch ein Machtgewinn einher:

[Plattformen] gewinnen an Macht zumal dann, wenn sie ihre institutionellen Normen und Regeln, die auf Private Law basieren, durchzusetzen und zugleich den gesellschaftlichen Diskurs über Plattformen, der vor allem über die publizistischen Medien geführt wird, strukturell wie prozedural dominieren, gar zu beschränken vermögen. Die Finanzierungs Krise des Journalismus, ist eine Folge der Plattformrevolution, ist ein Beispiel für die Auswirkungen des Transformationsprozesses. (Jarren, 2022, S. 326)

Besonders Tageszeitungen stehen durch diese Entwicklungen unter finanziellem Druck, der sich vor allem durch die Veränderungen auf dem Werbemarkt ergibt (Neuberger, 2020, S. 130). Um nicht an Reichweite zu verlieren, müssen die Verlage sich an die Plattformbedingungen anpassen (Jarren, 2022, S. 348). Somit wird auch der Nachrichtenfaktor Relevanz an die Plattformlogiken angepasst; anstatt journalistischer Normen stehen Präferenzen des Publikums und individuelle Bedürfnisse im Vordergrund (Stark & Magin, 2019, S. 398).

Aus diesen Entwicklungen ergibt sich eine gegenseitige Abhängigkeit von Presse- und Plattformunternehmen: Presseunternehmen sind auf die Nutzer:innenströme insbesondere von den VLOPs zu ihren Inhalten angewiesen (Ganter, 2022, S. 292). Andererseits brauchen die Plattformen die qualitativ hochwertigen von der Presse erstellten Nachrichten- und Informationsinhalte, um die Aufmerksamkeit von Nutzer:innen zu halten (Jarren, 2022, S. 347).

Neuberger (2018a) unterscheidet zwischen dem Verhältnis der Presse zu partizipativen Anbietern einerseits und zu algorithmischen Anbietern andererseits. Zwischen Presse und partizipativen Plattformen besteht eine Konkurrenzbeziehung, aber sie ergänzen sich auch, indem Journalist:innen über diese Plattformen recherchieren, neue Nutzer:innen gewinnen und die Reaktionen ihres Publikums beobachten. Zuletzt integriert die Presse Funktionen der Plattformen, indem sie darüber ihre Inhalte verbreiten, Werbung schalten und in den Austausch mit dem Publikum und anderen Journalist:innen gehen (Neuberger, 2018a, 22–29). Das Verhältnis zu algorithmischen Plattformen kennzeichnet sich ebenfalls durch Konkurrenz- und Komplementärbeziehungen. Letztere drücken sich in der Nutzung solcher Dienste für die Recherche und die Optimierung der Inhalte für das Auffinden in Suchmaschinen (search engine optimization, SEO) aus (Neuberger, 2018a, S. 30). Bei den in dieser Arbeit hauptsächlich betrachteten VLOPs handelt es sich sowohl um partizipative als auch um algorithmische Anbieter, weshalb beide Beziehungsstrukturen relevant sind.

2.2.2 Versuche der Gestaltung des Verhältnisses...

Die beschriebenen ungleichen Machtverhältnisse werden als Problem angesehen. Regierungen in verschiedenen Ländern versuchen durch verschiedene Regulierungsvorhaben, dieses Verhältnis zu moderieren. Dazu zählen zum Beispiel die Verpflichtung der Plattformunternehmen zur Offenlegung der Selektionskriterien für Nachrichteninhalte und

Änderungen derer gegenüber Nachrichten Anbietern (Bossio et al., 2022, S. 146) oder die in mehreren Ländern geschlossenen Verträge über die Zahlung von Geldbeträgen für die Nutzung publizistischer Inhalte von Plattform- an Presseunternehmen (Ganter, 2022, S. 296). Doch auch die Medien und die Plattformunternehmen selbst versuchen, das Spannungsverhältnis zwischen ihnen zu ihren Gunsten zu verändern.

... durch die Medien

Die Presseverlage nutzen die ihnen zur Verfügung stehenden Ressourcen, um öffentlichen Druck auf Politik und die Intermediäre auszuüben (Ganter, 2022, S. 294). Dies tun sie besonders stark, indem sie neuen Akteuren oder solchen mit wenigen Ressourcen den Zugang zur medialen Öffentlichkeit verwehren, wenn diese ihr Geschäftsmodell oder ihren direkten Zugang zu ihren Leser:innen und zu politischen Entscheidenden gefährden (Ganter, 2022, S. 301), was durch die Intermediäre passiert. Wie die deutsche Presse Google darstellt, haben Löblich und Nietzsche (2020) mit einer Diskursanalyse untersucht und fassen den Diskurs folgendermaßen zusammen: „Google ist eine uneingeschränkte Kraft, die Schaden für Medienwirtschaft und Individuen anrichtet. Vor ihrer Macht muss gewarnt, sie muss angeklagt, ihr muss gedroht und sie muss reguliert werden“ (Löblich & Nietzsche, 2020, S. 41). Außerdem forderten die Verleger früh die Regulierung der Intermediäre (Ganter, 2022, S. 297). Zudem gehen die Verlage über ihr mediales Wirken hinaus gegen die VLOPs vor. 2014 schlossen sich deutsche und französische Verleger in dem „Open Internet Projekt“ zusammen, das Googles Monopolstellung herausfordern sollte (Ganter, 2022, S. 297). Aufgrund von unterschiedlichen Positionen bezüglich der Regulierung des Verhältnisses mit Plattformen und gescheiterten Gesetzesvorhaben, beispielsweise zur Etablierung eines Leistungsschutzrechts in Deutschland, passten sich die Verlage schließlich an die durch die Intermediäre veränderten Bedingungen an und akzeptierten die Plattformunternehmen als neue Akteure (Ganter, 2022, S. 300). Auch können sich die Interessen und Positionen von Medienunternehmen durch ihre wirtschaftliche Position und Größe begründen lassen. Von einzeln mit Plattformunternehmen geschlossenen Verträgen profitieren vor allem große Verlagshäuser; Anbieter neuer Medienformate, die durch die Intermediäre groß geworden sind, haben ihre Abhängigkeit von diesen als Verbreitungsweg einkalkuliert und akzeptiert (Meese & Hurcombe, 2022, S. 158–160).

In Spanien, wo große Einigkeit zwischen politischen und medialen Akteuren bestand, konnte dagegen ein strenges Leistungsschutzrecht durchgesetzt werden (Ganter, 2022, S. 298), was zeigt, dass in starken Koalitionen die Durchsetzung gegen die Plattformunternehmen möglich ist (Ganter, 2022, S. 301).

... durch Plattformen

Plattformunternehmen versuchen, das Verhältnis zu Presseverlagen zu gestalten, indem sie diese finanziell unterstützen (Theine et al., 2023, S. 28). Alphabet tut dies mit dem Intermediär Google im Rahmen der Digital News Initiative und der Kooperation mit Nachrichtenunternehmen (Ganter, 2022, S. 300). Im Rahmen der Initiative fördert das Unternehmen Medienunternehmen mit hohen Geldbeträgen, dafür dürfen diese Alphabet aber unter anderem nicht verklagen (Fanta & Dachwitz, 2020). Kooperationen mit Google sind im Rahmen dieser Initiative die taz und die FAZ eingegangen, der Verlag der Welt, Axel Springer und der SZ Verlag jedoch nicht (Fanta & Dachwitz, 2020). Auch Meta geht für den Intermediär Facebook Kooperationen mit Verlagen ein: Mit Facebook News kauft Meta Medieninhalte bei den Verlagen ein, die auf Facebook gesondert dargestellt werden. Medienpartner sind ebenso die taz und die SZ (Singer, 2021). Auch schaffte es Google durch die „Defend Your Internet“-Kampagne zu Beginn der 2010er Jahre, zeitweise die Unterstützung der Teile der Zivilgesellschaft zu gewinnen, die sich für ein freies Internet einsetzen (Ganter, 2022, S. 298).

Es wurde gezeigt, dass sich das Verhältnis von Presse und Plattformen konstant wandelt und somit in einem wechselseitigen Verhältnis zu den Handlungen der Akteure steht.

3 Institutionen in der Debatte um Plattformregulierung

Da Plattformregulierung zwar auch in der Öffentlichkeit, aber hauptsächlich in der Politik ausgehandelt wird und dort auch verbindliche Regeln und Gesetze beschlossen werden, soll zunächst ein Blick auf das Arenamodell als politisches Prozess- und Netzwerkmodell gelegt werden und wie sich dadurch im Diskurs Institutionen bilden und wandeln (Kap. 3.1). Anschließend soll herausgearbeitet werden, wie sich Journalismus als Institution darstellt (Kap. 3.2) und wie sich Plattformregulierung als Politikfeld entwickelt hat (Kap. 3.3). Dazu wird zunächst der Wandel von einer Medienpolitik zur breiter gefass-

ten und die sich entwickelnde „Kommunikationsgesellschaft“ (Jarren, 2018) einbeziehenden Kommunikationspolitik beschrieben (Kap. 3.3.1), bevor bisherige Regulierungsvorhaben und Gesetze in Deutschland und der EU und in Speziellen der DSA vorgestellt werden (Kap. 3.3.2).

Nach Jarren und Donges (Jarren & Donges, 2011, S. 197) ist Politik „ein offener, weitgehend unstrukturierter sozialer Prozess [...], der allerdings innerhalb eines spezifischen formalen Rahmens und damit unter den Bedingungen einer vorhandenen Ordnung stattfindet“ (S. 197). Dieser Prozess kann durch verschiedene Modelle dargestellt werden⁴, hier soll aber das Arenamodell angewendet werden, da es sich sowohl mit neo-institutionalistischen Theorien als auch mit der in dieser Arbeit angewandten Methode der symbolischen Netzwerkanalyse verknüpfen lässt und die Rolle von Medien im politischen Prozess beschreibt, was im Folgenden kurz erläutert werden soll.

Wird der politische Prozess als Arenamodell dargestellt, so finden öffentliche Diskurse in verschiedenen Foren statt; diese Foren bestehen jeweils aus einer Arena, in der Sprecher:innen miteinander Argumente austauschen, aus einer Tribüne, auf der das Publikum die Debatte verfolgt und aus dem „Backstage“-Bereich, in dem Sprecher:innen mit den nötigen Ressourcen strategisch auf die Debatte vorbereitet werden (Ferree et al., 2002, S. 9–10, 13). Das massenmediale Forum als größtes Forum stellt selektiert die Debatten aus den anderen Foren dar. Ob Akteure und Debatten aus den kleineren Foren im massenmedialen Forum stattfinden („Standing“) und wie sie dort bewertet werden („Framing“), kann den Erfolg ihrer Kommunikationsstrategien anzeigen (Ferree et al., 2002, S. 10, 2002, S. 13).

Welche Akteure dort Zugang haben und sich und ihre Positionen durchsetzen können, entscheidet sich nicht nur durch ihre gewählte Strategie, sondern wird auch durch die institutionellen Rahmenbedingungen bestimmt (Jarren & Donges, 2011, S. 202). Diese Rahmenbedingungen können aber teilweise auch durch diskursive Aushandlungen verändert werden (Ganter & Löblich, 2021, S. 2289). Die Autoren erkennen die Doppelrolle von Journalist:innen, die einerseits als Vertreter:innen eigener Positionen auftreten, andererseits aber den Zugang anderer Akteure zu „ihrem“ Forum kontrollieren können (Ferree et al., 2002, S. 12). Da Ferree et al. ihr Arenamodell Anfang der 2000er Jahre ent-

⁴ Einen Überblick über politische Prozessmodelle aus den Sozial- und Politikwissenschaften bieten Jarren und Donges (2011).

wickelten, bilden allein die Massenmedien das „master forum“ (Ferree et al., 2002, S. 9–10), heute macht das Internet ihnen zumindest den Rang dafür streitig.

3.1 Discursive Media Institutionalism

Wie Institutionen sich durch Diskurse bilden und verändern erklärt der Ansatz des *Discursive Media Institutionalism* von Ganter und Löblich (2021). Dieser soll zunächst in den Theorien des Neo-Institutionalismus verortet werden, bevor er beschrieben und anschließend seine Nutzung für das Forschungsinteresse dieser Arbeit geprüft wird.

Der Neo-Institutionalismus wurde in den 1970er Jahren von Meyer und Rowan (1977) entwickelt. Aus ihm entstanden vier Theoriezweige: der historische Institutionalismus, der soziologische Institutionalismus, der Rational-Choice-Institutionalismus und zuletzt der diskursive Institutionalismus, bei denen allen Institutionen im Mittelpunkt stehen (Schmidt, 2006b, S. 1). Trotz der Relevanz des Institutionen-Begriffes gibt es keine einheitliche Definition davon im Neo-Institutionalismus. Nach Schmidt (2011, S. 56) sind Institutionen den handelnden Akteuren immanent und dienen sowohl als Handlungsrahmen als auch als Konstrukte, die von den Akteuren geschaffen und verändert werden. Ähnlich bezeichnet Reese (2022, S. 255) Institutionen als Strukturen auf Meso-Ebene, die über Autonomie verfügen und Macht lenken und übertragen können. Demnach entwickeln sich Institutionen als Antwort auf Probleme (Reese, 2022, S. 256) und sind wandelbar: „Institutions are stable until they aren’t“ (Reese, 2022, S. 256). Daher soll im Folgenden mit der Definition von Reese weitergearbeitet werden:

An institution is a complex social structure – formed by an interlocking network of rules and activities, roles, technologies, norms, and collective frames of meaning – which work together to sustain its coherence, endurance, and value. (Reese, 2022, S. 257)

Dieser Institutionenbegriff steht im Zentrum von Schmidts (2006b, 2008, 2011; 2012) diskursivem Institutionalismus, der das Konzept des Institutionalismus um eine ideale und akteursorientierte Perspektive erweitert (Ganter & Löblich, 2021, S. 2281). Dabei stehen Ideen und der Diskurs im Zentrum, sind in einen institutionellen Kontext eingebettet und dynamischen Veränderungsprozessen unterworfen (Schmidt, 2008, S. 304). Diskurs bezeichnet dabei nicht nur das Gesagte, sondern auch den Kontext, entscheidend ist auch „who said what to whom“ (Schmidt, 2008, S. 305). Dabei spielt Macht eine zentrale Rolle. Diese bezieht sich nicht nur auf die Position der Akteure, sondern auch auf die Fähigkeit, über diese hinaus durch ihre Ideen und Beiträge zum Diskurs Unterstützung zu erzeugen

(Schmidt, 2011, S. 60–61). Die Akteure gehen dabei strategisch vor (Wueest & Fossati, 2015, S. 713). Medien als Akteure im diskursiven Institutionalismus haben zwar eine besondere Funktion in der Herstellung von Öffentlichkeit – Schmidt (2011, S. 48) nennt den Raum des öffentlichen Diskurses „communicative sphere“ – ihnen wird dadurch aber keine besondere Form des Einflusses auf den Diskurs oder eine besondere Rolle gegenüber anderen Akteuren zugeschrieben:

[A]lthough [...] leaders speak to national publics or to the media, deliberation is inherent in the subsequent give-and-take with regard to public reactions, whether immediately in the news media by journalists and opinion leaders, or later, in election campaigns and election results. The original ideas in the discourse, moreover, may also come from the public. (Schmidt, 2006a, S. 255)

Auch wird das Konzept zwar in vielen medien- und kommunikationswissenschaftlichen Studien als Theoriegrundlage genutzt, Ganter und Löblich (2021, S. 2281) kritisieren aber, dass eine kritische Auseinandersetzung mit der Theorie und ihrer Eignung für die Medien- und Kommunikationswissenschaft bisher nicht stattgefunden hat. Auf dieser Grundlage entwickeln sie das Konzept des *Discursive Media Institutionalism* (Ganter & Löblich, 2021) als Weiterentwicklung des diskursiven Institutionalismus. Sie nehmen dafür drei zentrale Änderungen vor (Ganter & Löblich, 2021, S. 2286–2287). Erstens werden Akteure als „heterogeneous organizations and individuals that contribute to heterogeneous spheres“ (Ganter & Löblich, 2021, S. 2286) beschrieben. Zweitens wird die Trennung des Diskurses in eine „coordinative sphere“ und eine „communicative sphere“ aufgehoben und durch die Unterscheidung von einem öffentlichen Forum der Massenmedien, einem halb-öffentlichen und einem nicht-öffentlichen Forum ersetzt (Ganter & Löblich, 2021, S. 2286). Und drittens werden auch Kontexte der Mesoebene und ihr Einfluss auf die Medieninstitutionen als gegenseitige Wechselbeziehungen miteinbezogen (Ganter & Löblich, 2021, S. 2286–2287). Dadurch werden die Definitionen des diskursiven Institutionalismus von Akteuren, Macht und Öffentlichkeit verändert (Ganter & Löblich, 2021, S. 2282). Wie diese im *Discursive Media Institutionalism* jeweils definiert werden, wird nun erläutert.

Im Gegensatz zum diskursiven Institutionalismus werden im *Discursive Media Institutionalism* nicht nur Eliten als Akteure betrachtet, vielmehr können auch sich erst etablierende Akteure und Akteure der Zivilgesellschaft miteinbezogen werden (Ganter & Löblich, 2021, S. 2290). Die Akteure agieren strategisch und verstärken, kreieren und ver-

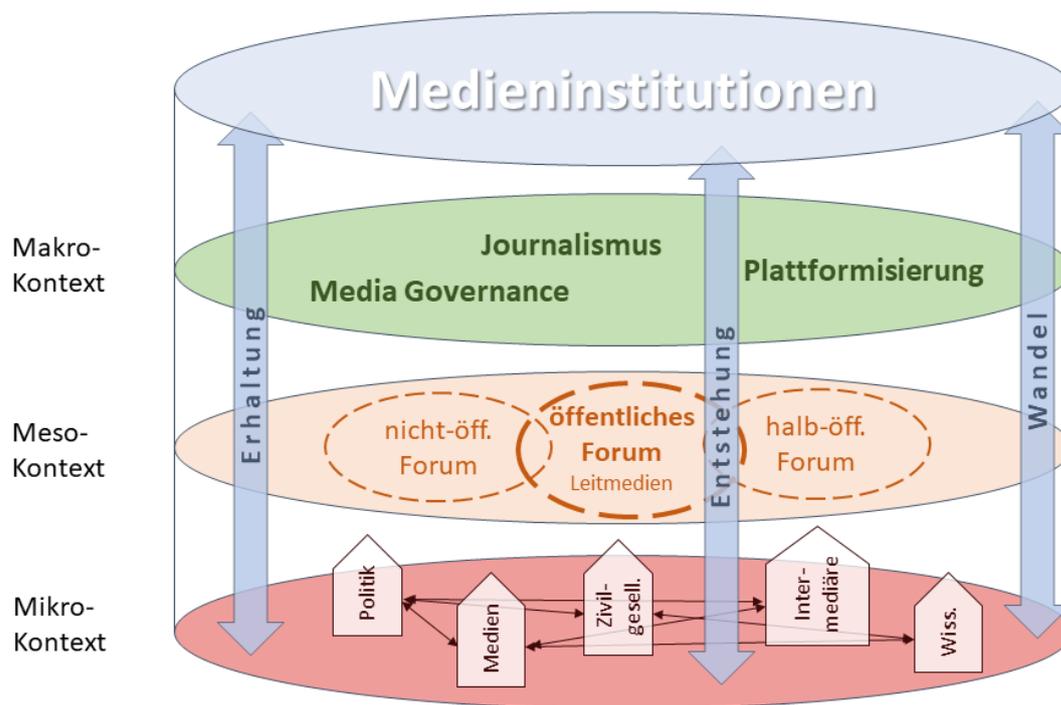
ändern durch ihr Handeln Bedeutungsstrukturen und Prozesse (Ganter & Löblich, 2021, S. 2286).

Macht spielt in diesem Modell eine größere Rolle als im diskursiven Institutionalismus. Ganter und Löblich (2021, S. 2286) kritisieren die Konzeption der drei Arten von Macht, die im diskursiven Institutionalismus über Ideen ausgeübt werden können (Schmidt, 2011, S. 60) und definieren Macht im Rahmen ihres Ansatzes wie folgt: „However, we [...] argue that power is located and exerted in social discourse, and, as such, it is repressive, reproductive, unstable, material, and relational“ (Ganter & Löblich, 2021, S. 2288). Die Machtbeziehungen bestehen dabei nicht nur zwischen den Akteuren, sondern auch zwischen den verschiedenen Ebenen und wirken vor allem im Diskurs (Ganter & Löblich, 2021, S. 2288).

Diskurse werden nicht mehr nur in der „communicative sphere“ verortet, sondern der Begriff des Diskurses ausgeweitet, wobei zwischen den drei bereits genannten Diskursräumen unterschieden wird (Ganter & Löblich, 2021, S. 2288). Dem liegt die Annahme zugrunde, dass Diskurse in verschiedenen Foren stattfinden (Ganter & Löblich, 2021, S. 2289), was das Konzept anschlussfähig an das Arenamodell als politisches Prozessmodell macht.

Abbildung 1 zeigt den systematischen Aufbau einer Medieninstitution. Der Makro-Kontext, also die Akteure, die für das Forschungsinteresse dieser Arbeit relevant sind, und die Beziehung zwischen ihnen wurden in Kapitel 2.1 bereits vorgestellt. Es stehen auch auf der Makro-Ebene verschiedene übergeordnete Strukturen im Zusammenhang mit der Debatte um Plattformregulierung. Die mediale Debatte über den DSA findet im Schnittfeld verschiedener Institutionen und ihrer Kontexte statt. Im Folgenden werden diese – mit Fokus auf den Makro-Kontext und deshalb auch nach diesem benannt, vorgestellt. Daher erfolgt im Anschluss in Kapitel 3.2 eine Einführung des Journalismus als Institution. Im darauffolgenden Kapitel 3.3 wird das Politikfeld Plattformregulierung als Institution vorgestellt. Der Makro-Kontext der Plattformisierung wurde bereits in Kapitel 2.2 diskutiert.

Abbildung 1 Medieninstitutionen im Discursive Media Institutionalism



Quelle: eigene Darstellung nach Ganter & Löblich (2021, S.2288), übersetzt und angepasst an den Forschungsgegenstand.

3.2 Journalismus als Institution

Das Mediensystem wird in der neo-institutionalistischen Betrachtungsweise im Zusammenhang mit seiner gesellschaftlichen und politischen Rolle betrachtet (Pfetsch & Adam, 2008, S. 16). Eine Unterscheidung nach verschiedenen Medienakteuren ist daher im Kontext dieser Perspektive weniger relevant. Medien als Institution sind

an institution in the sense of being a crucial political and governmental actor, an institution in the sense of being an ordered aggregate of shared norms and informal rules that guide news collection, and an institution in the sense of firms in more or less the same industry and with the same economic, professional, and informational concerns that inculcate a distinctive form of political culture. (Sparrow, 2006, S. 155).

Dadurch definieren Institutionen den Handlungsrahmen, in dem das Handeln von Akteuren stattfindet (Maier & Dogruel, 2016, S. 148).

Vos und Thomas (2019) analysierten mit der Methode der Diskursanalyse den metajournalistischen Diskurs beginnend im Jahr 2019 und untersuchten so das Verständnis der Journalist:innen von ihrer eigenen Rolle. Ein Fokus wurde dabei gelegt auf die Rolle des „Gatekeepers“. Dabei stellten sie fest, dass ab dem Jahr 2016 das Verständnis von Journalist:innen als Gatekeeper wieder präsenter wurde und sehen dies als Folge der Verbreitung von Desinformationen über die Intermediäre und des unzureichenden Vor-

gehens der Plattformunternehmen dagegen (Vos & Thomas, 2019, S. 410). Vor 2016 wurde die „Macht“ des Journalismus, zu entscheiden, was und worüber öffentlich diskutiert wird, als veraltetes Konzept gesehen und stattdessen Modelle des Bürger:innenjournalismus und partizipativen Journalismus diskutiert (Vos & Thomas, 2019, S. 410).

Die Schlussfolgerung, dass Journalismus als Institution beständig ist, ziehen auch andere Wissenschaftler:innen. Asp (2014, S. 266) beschreibt eine „News Media Logic“ als Institution, die die Rolle der Nachrichtenmedien verfestigt und in der Gesellschaft verankert hat. Er sieht dadurch eine zunehmende Machtverschiebung von den politischen Akteuren zu den Akteuren der Nachrichtenmedien, die über Politik berichten (Asp, 2014, S. 267). Die Journalist:innen haben somit einen großen Einfluss auf politische Prozesse und Entscheidungen, sind aber selbst keiner demokratischen Kontrolle unterworfen. (Asp, 2014, S. 267). Reese (2022, S. 264) sieht die Stärkung der Institution des Journalismus als ein Resultat der Verteidigung der Institution durch gesellschaftliche Akteure gegen Bedrohungen.

Besonders die überregionalen Qualitätszeitungen, die in Deutschland als Leitmedien fungieren, lenken den Fokus der Öffentlichkeit auf wenige Themen, denen sie durch ihre Berichterstattung und Kommentierung Relevanz zuweisen und bilden Konflikte zu diesen Themen öffentlich ab (Eilders, 2008, S. 45).

3.3 Plattformregulierung als Institution

Welche Regulierungsvorhaben seit 2016 in Deutschland und der EU unternommen wurden und durch welche Ereignisse diese geprägt wurde, soll im Folgenden kurz dargestellt werden, bevor das Gesetzgebungsverfahren und der Inhalt des DSA beleuchtet werden. Doch zunächst soll ein Blick darauf geworfen werden, welche Rolle Plattformregulierung in der Entwicklung des Politikfeldes Kommunikationspolitik spielt und von welchen strukturellen Bedingungen das Politikfeld geprägt ist.

3.3.1 *Von der Medien- zur Kommunikationspolitik*

Plattformregulierung wird verschiedenen Politikfeldern zugeordnet, beispielsweise als Teil der Digital-, der Netz- oder Internetpolitik gesehen, oder als Teil der Politikfelder Medien- und Kommunikationspolitik. Auch grenzt sie an die Wirtschafts- und Kulturpolitik an. Gleichzeitig werden Fragen der Gemeinwohlorientierung und der Kommunikations-

freiheit behandelt. Daher kommt es oft zur Vermischung mit anderen Diskursen (Pfetsch, 2003, S. 245).

Da das Politikfeld Medienpolitik in den Medien- und Kommunikationswissenschaften intensiv theoretisch beschrieben und empirisch untersucht wurde, soll der Forschungsstand zu diesem Politikfeld zunächst zusammengefasst werden. Medienpolitik umfasst „jene Interaktionen [...], die auf die Realisierung und die Veränderung der gesellschaftlichen Kommunikation (Strukturen, Prozesse, Inhalte) - also im Wesentlichen auf die Medien - gerichtet sind“ (Jarren, 1998, S. 616). Sie hat zum Ziel, den „Aufbau, Erhalt sowie die Weiterentwicklung einer demokratischen Kommunikationsordnung im Sinne eines Regelwerks zur Normierung der Massenkommunikation - und nachrangig auch der Individualkommunikation - zu fordern“ (Jarren, 1998, S. 616). Da diese Kommunikationsstrukturen immer mehr durch Intermediäre vermittelt werden (vgl. Kap. 2.2), sind diese zusätzlich zu den Medien auch Inhalt des Politikfeldes Medienpolitik.

Medienpolitik wird weitgehend elitär verhandelt (Maier & Dogruel, 2016, S. 147). Maier und Dogruel (2016, S. 155) beschreiben medienpolitische Debatten in einem Überblick über den Forschungsstand als stark polarisiert. Auch Pfetsch (2003, S. 235) attestiert, dass Medienpolitik „durch häufig wechselnde Akteurskonstellationen, stark fragmentierte Politiknetzwerke und intransparente Entscheidungsprozesse gekennzeichnet“ ist. Eine zentrale Frage, die sich bei politischen Entscheidungen in der Medienpolitik immer wieder neu stellt, ist die Frage, ob an Medien ökonomische oder gesellschaftliche Kriterien angewendet werden (Pfetsch, 2003, S. 233). Frühere Politikansätze der Medienregulierung seien vor allem wirtschaftlich geprägt und durch wirtschaftspolitische Maßnahmen bestimmt gewesen (Pfetsch, 2003, S. 235). Dabei ist der Staat als zentraler Akteur aufgetreten, hat aber auch „unabhängige Kommissionen zur Feststellung und Beurteilung von Sachverhalten“ (Jarren, 1998, S. 624) in medienpolitischen Entscheidungsprozessen eingesetzt, um weitere Akteursgruppen einzubeziehen.

Seit den 1990er Jahren kann ein Wandel in der Medienpolitik festgestellt werden, neue Akteure mit neuen Interessen kommen hinzu (Jarren, 1998, S. 624):

Neben den lange Zeit vorherrschenden und die Diskurse dominierenden Akteuren aus dem politisch-administrativen System, aus den öffentlichen Rundfunkanstalten, Akteuren aus der Verlags-/Werbewirtschaft sowie fachbezogenen und -fremden NonProfit-Organisationen (z.B. Kirchen) treten nun weitere politische (u.a. EU) und kommerzielle Akteure (u.a. private Rundfunkunternehmen) sowie entsprechende Verbände. (Jarren, 1998, S. 624)

Dabei gewinnen die kommerziellen Akteure im Vergleich zu den etablierten Akteuren zunehmend an Macht und Einfluss (Jarren, 1998, S. 625), verschiedene Akteure verfügen über „höchst unterschiedliche Thematisierungsfähigkeiten“ (Jarren, 1998, S. 626). Die Nutzer:innen der Medien treten nicht oder nur in wenigen spezifischen Kontexten als organisierte Gruppe auf und haben daher keinen Einfluss auf medienpolitische Entscheidungen (Jarren, 1998, S. 625). Dies ist besonders in dem Kontext relevant, dass Medienpolitik zwischen den Akteuren vor allem in nicht-öffentlichen Räumen ausgehandelt wird (Jarren, 1998, S. 624) und den Nutzer:innen als Bürger:innen somit auch die Beobachtung der politischen Debatte und der Positionierung von Akteuren darin kaum möglich ist. Auch in der Medienpolitik scheint die Debatte vor allem in der „coordinative sphere“ und nicht in der „communicative sphere“ (Schmidt, 2012, S. 103) oder dem öffentlichen Forum stattzufinden. Dabei stellt die „Absicherung medienkritischer Öffentlichkeit [...] eine zentrale Voraussetzung für die Ausgestaltung der Medien- und Kommunikationsordnung“ (Jarren, 1998, S. 626) dar und ist daher von hoher gesellschaftlicher Relevanz.

Einem zweiten Wandel wurde die Medienpolitik durch das Aufkommen der Intermediäre unterzogen: „Institutionen, die für ein vordigitales Zeitalter des öffentlich-rechtlichen Fernsehens und (weniger) etablierter Medien geschaffen wurden, werden für die digitale Kommunikationsdynamik neu erfunden“ (Kettemann et al., 2021, S. 138). Die Inhaltmoderation, die die Plattformunternehmen oft selbst durchführen, wirft Fragen nach ihrer Legitimierung dafür auf (Schlag, 2023, S. 7). Der Prozess der Aushandlung von angemessenen Regulierungsmaßnahmen, die beispielsweise auch die Frage nach Legitimität miteinbeziehen, wird langfristig geführt werden (Ganter, 2022, S. 302).

Welche Koalitionen sich im Rat der EU bei Debatten um Plattformregulierung bilden, untersuchte Perarnaud (2021) anhand von 145 halbstrukturierten Interviews mit Repräsentant:innen der EU-Mitgliedstaaten und der EU- Institutionen. Er konnte bei Verhandlungen zur Plattformregulierung auf EU-Ebene zwei Koalitionen im Rat der EU identifizieren; die „digital like-minded group“ mit liberalen Ansätzen, eine neuere Gruppierung bestehend aus 17 Mitgliedsstaaten, die aufgrund einer engen Koordinierung untereinander die Verhandlungen ihrer Position entsprechend beeinflussen und somit eine Sperrminorität verhindern konnten; und die „Franco-German alliance“, die sich während

der Verhandlungen wegen der unterschiedlichen Positionen der Länder in Sachen Plattformregulierung nicht gemeinsam organisierten (Perarnaud, 2021, S. 11–14).

Bisherige Regulierungsmaßnahmen werden von der Wissenschaft als nicht ausreichend und reaktiv eingestuft, beispielsweise von Jarren, der das Defizit so beschreibt: „Der von den Intermediären ausgelöste Strukturwandel im Vermittlungssystem insgesamt wird damit nicht bewältigt werden können“ (2022, S. 329). Bisher schaffen Plattformunternehmen die Bedingungen der Regulierung der von den Intermediären vermittelten Inhalte nämlich oft selbst, indem sie eigene Algorithmen dafür entwickeln, über deren Parameter sie bestimmen (Stark & Magin, 2019, S. 389).

3.3.2 Der Digital Services Act

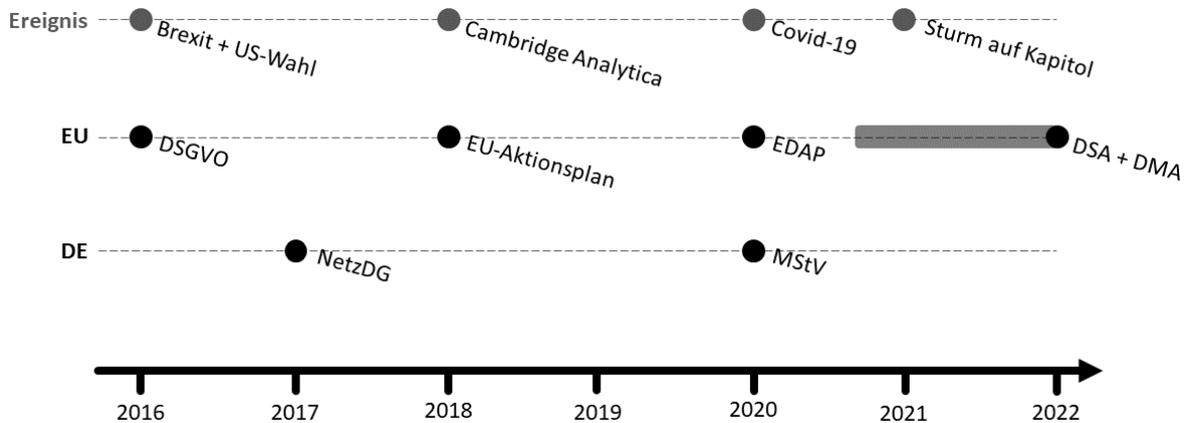
Bisherige Entwicklungen in Deutschland und der EU

Die Grundlage für die politische Betrachtung von Plattformen in der EU bildete lange Zeit die aus dem Jahr 2000 stammende E-Commerce-Richtlinie. Ihr zugrunde liegt die Idee, dass Hosting-Anbieter nicht für Inhalte von Dritten haftbar gemacht werden können, wenn die Anbieter keine Kenntnis über die Rechtsverletzung haben (Langensteiner, 2022, S. 165–166). Somit waren Plattformunternehmen weitgehend von der Verantwortung für die über die Intermediäre publizierten Inhalte freigesprochen (Spindler, 2023, S. 2), die Löschung von ihnen bekannten rechtswidrigen Inhalten war ihnen aber möglich (Jaurisch, 2019, S. 17). Diese Richtlinie habe lange Zeit gut funktioniert, „[bedürfe] aber dennoch einer Überholung angesichts des Aufstiegs sozialer Netzwerke und Suchmaschinen seitdem“ (Jaurisch, 2019, S. 17), insbesondere diese müssten stärker rechtlich reguliert werden (Spindler, 2023, S. 2).

Eine Übersicht der Regulierungsvorhaben seit 2016 und der Ereignisse, die den Diskurs darum geprägt haben, findet sich in Abbildung 2. Versucht wurde zunächst, die Plattformen durch Selbstverpflichtungen wie den EU-Verhaltenskodex zur Bekämpfung von Desinformation aus dem Jahr 2018 stärker in die Verantwortung zu nehmen. Dieser enthielt unter anderem die Verpflichtung zur schnelleren Löschung gefälschter Konten und eine strengere Reglementierung politischer Werbung (Jaurisch, 2019, S. 15). Erste Maßnahmen umfassten außerdem die Einführung von Faktenchecks durch die Plattformen selbst sowie den Vorsatz, bereits bestehende Gesetze auch im Online-Raum durchzusetzen (Jaurisch, 2019, S. 13). Die Grundlagen für diese freiwilligen Maßnahmen legen die

Plattformen selbst in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) fest (Spindler, 2023, S. 2).

Abbildung 2 Plattformregulierung in Deutschland und der EU



Quelle: eigene Darstellung.

Die im Jahr 2016 von der EU beschlossene Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) enthält umfassende Regeln zum Schutz privater Nutzerdaten, Transparenzpflichten, Regeln zur Datenübertragung und neue Einwilligungspflichten für die Sammlung von Nutzer:innendaten (Rochefort, 2020, S. 256).

Die DSGVO bietet Möglichkeiten, die Datensammlung – gerade sensibler Daten etwa zu politischer Weltanschauung, Sexualität und Gesundheitszustand – einzugrenzen, die für viele soziale Netzwerke Kern ihres Werbeangebots ist. [...] Verbunden mit dem Gebot, möglichst wenig Daten zu erheben, kann das Tracking und die Profilbildung eingeschränkt werden. (Jaurisch, 2019, S. 23)

Die DSGVO ist damit eine der ersten Regulierungsmaßnahmen, die stark in das Geschäftsmodell der Plattformunternehmen, das Datensammeln, eingreift (Staab et al., 2022, S. 7). Das Inkrafttreten der Verordnung im Jahr 2018 fiel zusammen mit dem Bekanntwerden des Datenschutzskandals um Cambridge Analytica, was den Diskurs um das Gesetz prägte. Das Politikberatungsunternehmen wurde von dem Wahlkampfteam von Donald Trump beauftragt und hatte unzulässig Nutzerdaten von 87 Millionen Facebook-Nutzer:innen gesammelt, was für große Aufmerksamkeit bei Journalist:innen und ein gesteigertes Bewusstsein für Datenschutz in der Öffentlichkeit führte (Rochefort, 2020, S. 259).

Ein starker Eingriff in das Geschäftsmodell der Plattformunternehmen wird durch das Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) von 2017 nicht vorgenommen, es enthält aber Regeln, die die Löschung von illegalen Inhalten innerhalb bestimmter Fristen einfordern, bei Verstößen können den Plattformen hohe Bußgelder drohen (Spindler, 2023, S. 3).

Positiv gesehen wird, dass die Unternehmen Ansprechpersonen für Nutzer:innen und Behörden benennen und regelmäßig Berichte über Lösungsmodalitäten veröffentlichen müssen (Jaurisch, 2019, S. 17). Nutzer:innen haben aber keine Möglichkeit, bei fälschlich gelöschten Inhalten gegen die Plattformen vorzugehen. Auch bestimmen diese selbst, ob ein Rechtsbruch vorliegt (Jaurisch, 2019, S. 18). Kritiker:innen stellten deshalb „Overblocking“, also die vermehrte Löschung von legalen Inhalten, als Gefahr dar, gegen die das NetzDG keine Schutzmaßnahmen beinhaltet (Jaurisch, 2019, S. 18; Langensteiner, 2022, S. 170).

Zu Beginn der Corona-Pandemie im Jahr 2020 trat in Deutschland der Medienstaatsvertrag (MStV) in Kraft und auf EU-Ebene wurde der Europäische Aktionsplan für Demokratie (European Democracy Action Plan, EDAP) von der EU-Kommission vorgestellt.

Der MStV als Reform der Rundfunkstaatsverträge schafft ein „Regelwerk auch für soziale Netzwerke und Suchmaschinen“ (Jaurisch, 2019, S. 19). Das Regulierungsziel, die „Sicherung der Meinungsvielfalt“, soll durch Transparenzvorgaben und die Sicherstellung der diskriminierungsfreien Präsentation von Inhalten erreicht werden (Liesem, 2020, S. 280). Dabei müssen Plattformen die Kriterien, die für die Veröffentlichung von Inhalten auf einer Plattform sowie die „Aggregation, Selektion und Präsentation von Inhalten sowie ihrer Gewichtung“ (Liesem, 2020, S. 282) entscheidend sind, offenlegen.

Der EDAP beinhaltet unter dem Aspekt „Bekämpfung von Desinformation“ die Ziele, ausländische Beeinflussungen besser zu verhindern und den Verhaltenskodex zur Bekämpfung von Desinformationen auszubauen. Dieser strengere Verhaltenskodex enthält verschärfte „Verpflichtungen und Rechenschaftspflicht von Online-Plattformen im Einklang mit dem geplanten Gesetz über digitale Dienste“ (Europäische Kommission, 2023) welches zu dieser Zeit vorbereitet wurde. Als nächstes großes Regulierungsvorhaben auf EU-Ebene gilt der DSA.

Der Digital Services Act

Schon in ihrer Antrittsrede als Kommissionspräsidentin im Februar 2019 kündigte Ursula von der Leyen diesen als zentralen Baustein ihrer „Agenda für Europa“ an: „Mit einem neuen Gesetz über digitale Dienste müssen bessere Haftungs- und Sicherheitsvorschriften für digitale Plattformen, Dienste und Produkte geschaffen und der digitale

Binnenmarkt vollendet werden“ (Europäische Kommission, Genrealdirektion Kommunikation & Leyen, 2019, S. 16).

Nach einer Konsultationsphase über den Sommer veröffentlichte die Kommission einen ersten Gesetzesentwurf des DSA, der die E-Commerce-Richtlinie von 2000 ersetzen sollte (Chiarella, 2023, S. 36), zusammen mit dem des Gesetzes über digitale Märkte (Digital Markets Act, DMA) am 15. Dezember 2020 (Europäische Kommission, 2020). Im weiteren Verlauf des Gesetzgebungsprozesses veröffentlichte der Rat der EU im November 2021 Änderungsvorschläge, das Europäische Parlament im Januar 2022. Nach Abschluss der Trilogverhandlungen einigten sie sich mit der Kommission im April 2022 auf einen finalen Kompromiss. Der entsprechende Gesetzestext wurde im Juni 2022 veröffentlicht (Langensteiner, 2022, S. 167). Im folgenden Monat, am 5. Juli stimmte das Europäische Parlament dem Gesetz zu (Chiarella, 2023, S. 43).

In einer Diskursanalyse der Debatte um des DSA im EU-Parlament und dem Rat der EU konnte Schlag (2023, S. 5) kaum Unterschiede zwischen den Positionen der beteiligten Akteure feststellen, wodurch ein schneller Gesetzgebungsprozess möglich war. Es fanden sich vier unterschiedliche Narrative: Erstens solle gegen illegale Inhalte im digitalen Raum genauso vorgegangen werden wie gegen solche im analogen Raum; zweitens müsse durch die Regulierung die Wahrung öffentlicher Interessen sichergestellt werden; drittens dient die Gesetzgebung zum Schutz kleiner Plattformunternehmen gegen die VLOPs; und viertens sollen durch den DSA weltweite Regulierungsstandards etabliert werden (Schlag, 2023, S. 5–6). Die Auswirkungen von EU-Gesetzgebungen auf die Gesetzgebung weltweit wird als „Brussels Effect“ bezeichnet und konnte bereits früher beobachtet werden (Nunziato, 2023, S. 12–13)

Mit dem DSA werden Onlineplattformen und Intermediäre stärker in die Pflicht genommen, indem die „bedingte Haftungsbefreiung“ (Art. 1 Abs. 2a DSA) und „besondere Sorgfaltspflichten“ (Art. 1 Abs. 2b DSA) eingeführt werden (Chiarella, 2023, S. 52). Mit diesen Pflichten soll erreicht werden,

die Verwirklichung verschiedener politischer Ziele wie der Sicherheit und des Vertrauens der Nutzer, einschließlich Verbraucher, minderjähriger Nutzer und Nutzer, die besonders gefährdet sind, Opfer von Hassreden, sexueller Belästigung oder anderen diskriminierenden Handlungen zu werden, zu gewährleisten, die einschlägigen in der Charta verankerten Grundrechte zu schützen, die sinnvolle Rechenschaftspflicht der Anbieter sicherzustellen und die Nutzer sowie andere betroffene Parteien zu stärken und den zuständigen Behörden zugleich die erforderliche Aufsicht zu erleichtern. (Erwägungsgrund (ErwGr) 40 DSA)

Der DSA bezieht sich auf verschiedene digitale Dienste, neben sozialen Netzwerken auch auf Online-Marktplätze, App-Stores und Reisevermittler (Sury, 2022, S. 265). Dabei wird zwischen vier Arten von Anbietern digitaler Dienste unterschieden: „Anbieter von Vermittlungsdiensten, Hosting-Dienstanbieter, Online-Plattformen und sehr große Online-Plattformen“ (Sury, 2022, S. 266). Online-Plattformen werden im DSA wie folgt definiert:

Online-Plattformen wie soziale Netzwerke oder Online-Plattformen, die Verbrauchern den Abschluss von Fernabsatzverträgen mit Unternehmen ermöglichen, sollten als Hostingdiensteanbieter definiert werden, die nicht nur im Auftrag der Nutzer von diesen bereitgestellten Informationen speichern, sondern diese Informationen im Auftrag der Nutzer auch öffentlich verbreiten. (ErwGr 13 DSA)

Daraus ergibt sich die Pflicht für Online-Plattformen, bei Beschwerden über Inhalte schneller und konsequenter vorzugehen, Beschwerdestellen und außergerichtliche Schlichtungsmechanismen einzuführen, Aufsichtsbehörden regelmäßig über das Vorgehen zu informieren und „Trusted Flaggers“, also Behörden oder zivilgesellschaftliche Organisationen, deren Beschwerden vorrangig behandelt werden, zuzulassen (Spindler, 2023, S. 28). Für die sehr großen Online-Plattformen (very large online platforms, VLOPs), die als besonders verantwortlich für die Verbreitung von Desinformation und als besondere Gefahr für die Demokratie gesehen werden (Kettemann et al., 2021, S. 139), ergeben sich darüber hinaus weitere Verpflichtungen. So müssen sie ihre AGBs in den Amtssprachen der Mitgliedstaaten veröffentlichen, in denen sie tätig sind, die wichtigsten Punkte dieser in leicht verständlicher Sprache zusammenfassen (ErwGr 48 DSA) und jährlich Berichte über ihre Moderationsbemühungen veröffentlichen (ErwGr 49 DSA). Bei Verstößen sind Strafen von bis zu 6% des Jahresumsatzes der Unternehmen möglich (Sury, 2022, S. 266).

Die Aufsicht wird aufgeteilt zwischen der EU und den EU-Mitgliedstaaten (Cornils et al., 2022, S. 2). Die EU-Kommission ist zuständig für die Beaufsichtigung der VLOPs, während die Mitgliedstaaten die in ihrem Land ansässigen Plattformen beaufsichtigen. Bei der Strukturierung der dafür zuständigen Behörden haben sie freie Wahl (Cornils et al., 2022, S. 94). Auf EU-Ebene soll ein „European Digital Services Board“ neu gebildet werden (Sury, 2022, S. 265).

Der parallel zum DSA verhandelte und beschlossene DMA setzt den Fokus auf die digitalen Märkte. Es werden Möglichkeiten geschaffen, frühzeitig eingreifen zu können, um Störungen im Markt auflösen zu können (Chiarella, 2023, S. 36). Dadurch sollen Machtungleichgewichte und -missbrauch von großen Plattformen und die damit einhergehenden negativen Folgen für Nutzer:innen verhindert werden (Chiarella, 2023, S. 52).

Die wissenschaftliche Bewertung des DSA fällt gemischt aus. Positiv gesehen werden vor allem die hohen möglichen Bußgelder, die abschreckend auf die Plattformen wirkten (Sury, 2022, S. 266) und die besonderen Anforderungen an VLOPs (Kettemann et al., 2021, S. 139), besonders im Gegensatz zu „one-size-fits-all-Lösung[en]“ (Liesem, 2020, S. 281), beispielsweise im MStV. Kritisiert wird, dass Plattformen die Rechtmäßigkeit von Inhalten selbst beurteilen (Kettemann et al., 2021, S. 140) und die Gefahr besteht, dass das Gesetz nicht ausreichend durchgesetzt wird (Jaursch, 2022, S. 6). Studien zur medialen Debatte über den DSA wurden bisher nicht veröffentlicht.

4 Kommentierung von Plattformregulierung durch die Presse

Das folgende Kapitel soll zeigen, welche Praktiken und Regeln sich in der kommunikationspolitischen Berichterstattung und Kommentierung durch die Presse etabliert haben und sich empirisch nachweisen lassen und somit eine Institution bilden. Diese Institution wird maßgeblich beeinflusst durch das Politikfeld Plattformregulierung (Kap. 3.3) und die journalistischen Normvorstellungen („News Media Logic“, Kap. 3.2) sowie durch das Spannungsverhältnis zwischen Presse und Plattformunternehmen (Kap. 2.2). Das vorliegende Kapitel bildet somit die Schnittmenge dieser Forschungsfelder.

Wie schon bei der Betrachtung des Forschungsstandes zum Politikfeld Plattformregulierung wird auch hier wieder vorwiegend auf Forschungsergebnisse, die sich auf die medienpolitische Berichterstattung und Kommentierung beziehen, zurückgegriffen. Es ist auch hier davon auszugehen, dass diese die dualen Rolle der Medien ausreichend berücksichtigen und so zur Beantwortung des Forschungsinteresses verwendet werden können. Kommunikation in der und über die Medienpolitik und -regulierung wurde bisher kaum wissenschaftlich untersucht (Ali & Puppis, 2018, S. 270). Erkenntnisse zur medialen Berichterstattung über und Kommentierung von Plattformregulierung gibt es bisher nicht.

Verschiedene Akteure nutzen in medienpolitischen Debatten die Medien, um darüber „strategisch ihre Interessen zu kommunizieren“ (Maier & Dogruel, 2016, S. 147). Werden sie und ihre Positionen von den Medien aufgegriffen, nutzen diese „vermittelten medienpolitischen Akteure [...] ihre Sprecherrollen für Kritikzuweisungen und scharf formulierte Meinungskundgaben“ (Maier & Dogruel, 2016, S. 164).

Da Medien von medienpolitischen Entscheidungen selbst betroffen sind – und wie in Kapitel 2.2 gezeigt ebenfalls von Entscheidungen über Plattformregulierungs-

maßnahmen –, steht die Wahrung der journalistischen Unabhängigkeit in der Berichterstattung besonders auf der Probe (Jarren, 1998, S. 625). Medien berichten nicht nur über politische Entscheidungen, sondern beeinflussen durch ihre Themensetzung die Medienpolitik (Ali & Puppis, 2018, S. 285; Jarren, 1998, S. 625) und gestalten die Wahrnehmung dieser in der Öffentlichkeit (Jarren, 1998, S. 626). In einer Analyse der Akteursbeziehungen in der Presseberichterstattung über die Online-Aktivitäten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks stellten Maier und Dogruel (2016) fest, dass die medienpolitische Debatte darüber nur unzureichend widergegeben wurde: „Medien sind offenbar nur begrenzt dazu in der Lage, unabhängig von eigenen Interessen zur Meinungs- und Willensbildung der Bevölkerung beizutragen“ (Maier & Dogruel, 2016, S. 164).

Medien geben Argumenten mehr Raum, die ihre eigenen Interessen unterstützen. (Ogbebor, 2020, S. 198), alternative Sichtweisen werden eher unterdrückt (Ogbebor, 2020, S. 199). Eine Metaanalyse von inhaltsanalytischen Studien zum Medienjournalismus zeigt, dass Medien die Berichterstattung nutzen, um ihre Eigeninteressen durchzusetzen (Pedrazzi, 2023, S. 254). Darüber, ob und in welcher Form Medien Eigeninteressen offenlegen, gab es in der Metaanalyse keine einheitlichen Erkenntnisse (Pedrazzi, 2023, S. 255). Auch die Themenbewertung und Intensität der Berichterstattung ist von eigenen Interessen gekennzeichnet, teilweise aber eher durch die politische Grundhaltung (Löblich, 2011, S. 425). Opportune Zeugen dominieren als Akteure die Berichterstattung (Pedrazzi, 2023, S. 255), die „Bewertungen [werden] mithilfe opportuner Zeugen und der Auswahl volatiler thematischer Aspekte subtil eingeflochten“ (Löblich, 2011, S. 425).

Die Medien agieren in medienpolitischen Debatten also keineswegs als neutrale Beobachter und Informationsquelle für Bürger:innen: „When it comes down to media policy and regulation, the watchdog of democracy has lost its bite and bark“ (Ali & Puppis, 2018, S. 275). Wie es aussieht, wenn Medien nicht selbst, sondern die sie „bedrohenden“ Plattformen Gegenstand der Regulierung sind, wurde bisher nicht untersucht.

5 Forschungsfragen

Um die allgemeine Forschungsfrage *Wie wird die Debatte zur Regulierung von Plattformunternehmen medial dargestellt?* zu konkretisieren, können aufgrund der in den vorherigen Kapiteln vorgestellten Literatur drei spezifische Forschungsfragen zur empirischen Untersuchung aufgestellt werden.

Aufgrund der dualen Rolle der Medien (Adam, 2008, S. 183; Ferree et al., 2002, S. 12) ergibt sich einerseits die Frage, wie stark und mit welchen Argumenten die Zeitungen selbst im Diskurs auftreten und andererseits welche Akteure mit welchen Argumenten von ihnen vermittelt werden. Ferree et al. (2002) bezeichnen dieses „Standing“ und „Framing“ als Faktoren für eine erfolgreiche Kommunikationsstrategie der Akteure (Ferree et al., 2002, S. 13). Bisher wurden diese Fragen vor allem in qualitativen Fallstudien beantwortet. Die Studien beziehen sich in der Regel auch nicht auf die Kommentierung von Plattformregulierung in der Presse, sondern auf die politische Kommunikation der Akteure (Kap. 3.3) oder auf die Kommentierung von Medienpolitik im Allgemeinen (Kap. 4). Deshalb können keine Hypothesen aufgestellt werden. Der aktuelle Forschungsstand ist zudem nicht eindeutig. Während sich für die medienpolitische Berichterstattung eine starke Polarisierung zeigt und hauptsächlich wenige elitäre Akteure stattfinden (Eilders, 2008, S. 43; Maier & Dogruel, 2016, S. 164), stellte Ganter in Deutschland eine breite Debatte um Plattformregulierung fest, in der verschiedene Akteure mit verschiedenen Positionen auftreten (Ganter, 2022, S. 297). Es wird die folgende Forschungsfrage gestellt:

Forschungsfrage 1 (F1): *Welche Akteure können welche Argumente in der medialen Berichterstattung über Plattformregulierung platzieren?*

Die durch die Plattformisierung vorangetriebenen tiefgreifenden Veränderungen (Kap. 2.2) haben Plattformen als politische Akteure etabliert, öffentliche Kommunikationsstrukturen stark verändert und werden von mehreren Akteuren als Gefahr für die Demokratie gesehen. Ob diese Situation bestehende Interaktionsstrukturen verstärkt oder verändert, soll daher untersucht werden. Interaktionsstrukturen und die Bildung von Koalitionen in der Plattformregulierung wurden bisher kaum wissenschaftlich untersucht. Meese und Hurcombe (2022, S. 165) konnten zeigen, dass sich in der politischen Kommunikation um den NMBC staatliche Akteure und andere Marktakteure zu gegen die Plattformen gerichteten Koalitionen zusammenschlossen und ihre Agenden aneinander anpassten. In der Kommentierung von Medienpolitik zeigen sich „häufig wechselnde Akteurskonstellationen“ und „stark fragmentierte“ Netzwerke (Pfetsch, 2003, S. 235). Inwieweit sich diese ersten Erkenntnisse auch auf die Berichterstattung über den DSA ausweiten lassen, soll anhand der folgenden Forschungsfrage untersucht werden:

Forschungsfrage 2 (F2): *Welche diskursiven Koalitionen werden in der medialen Berichterstattung über Plattformregulierung dargestellt?*

Die Etablierung von Plattformen als politische Akteure (Jarren, 2022, S. 326) und die Bedrohung, die sie für die „klassischen“ Medien darstellen (Kap. 2.2), lässt einen Blick auf das Auftreten der Plattformunternehmen als Sprecher:innen in der Berichterstattung und den von ihnen geäußerten Interessen sowie ihre Bewertung durch andere Akteure lohnenswert erscheinen. Es stellt sich die Frage, welche Plattformunternehmen welche Narrativen ihrer politischen Kommunikation in den Medien platzieren können und wie sie von den anderen Akteuren wahrgenommen werden. Im Jahr 2019 äußerte Facebook sich von den Plattformunternehmen am häufigsten mit politischen Kommunikationsmaßnahmen (Popiel, 2022, S. 137–138). Insgesamt äußern die Unternehmen in diesem Jahr bestimmte Regulierungsvorstellungen (Popiel, 2022, S. 143) und schreiben Regierungen Verantwortung zu (Popiel, 2022, S. 141). Was die Bewertung der Plattformen durch andere Akteure angeht, so scheint es starke Tendenzen zu negativen Bewertungen zu geben (Ganter, 2022, S. 291; Löblich & Nietzke, 2020, S. 41). Ob diese Beobachtungen sich auch auf die Debatte um den DSA überragen lassen und welche weiteren Erkenntnisse über die Darstellung von Plattformunternehmen in der Presse gemacht werden könne, soll die folgende Forschungsfrage beantworten:

Forschungsfrage 3 (F3): *Wie werden Plattformunternehmen in der medialen Berichterstattung über Plattformregulierung dargestellt?*

6 Methode

Adam (Adam, 2008, S. 180) beschreibt drei Kontexte für die Anwendung der Ergebnisse von Inhaltsanalysen von Medienprodukten. Diese können genutzt werden, um Unterschiede der Medieninhalte zu verschiedenen Zeitpunkten oder zwischen Medien zu beschreiben, als Ausgangsbasis für Medienwirkungsforschung dienen oder – und darum soll es in dieser Studie gehen – als „Endprodukt des journalistischen Produktionsprozesses“ (Adam, 2008, S. 180) Rückschlüsse auf die diesen beeinflussenden Akteure ermöglichen. In dieser Arbeit soll dadurch „Inferenzschlüsse“ (Rössler & Geise, 2013, S. 272) auf die möglichen Kommunikationsstrategien der politischen und medialen Akteure und deren Erfolg geschlossen werden. Dies bezeichnen Rössler und Geise (2013, S. 272) als

„diagnostischen Schluss“, der „aus einer medialen Berichterstattung direkt auf die *Urheber* der entsprechenden Botschaft (Kommunikatoren) [...] schließen [lässt], beispielsweise auf deren politische Orientierung, oder die Motive, Gründe und Ursachen ihrer Art der Berichterstattung“ (Rössler & Geise, 2013, S. 272). Die Inhaltsanalyse wird dabei nach Krippendorff als „a research technique for making replicable and valid inferences from texts (or other meaningful matter) to the contexts of their use“ (Krippendorff, 2019, S. 18) definiert. Wie gleich gezeigt wird, sind mit Hilfe der symbolischen Netzwerkanalyse nicht nur Schlüsse auf die Strategien der Presse als Kommunikatoren, sondern auch auf die von der Presse vermittelten Akteure möglich (Adam, 2008, S. 197).

Ein alternatives methodisches Vorgehen wäre die Beobachtung oder die direkte Befragung der Akteure nach ihren Strategien. Das ist sogar nötig, um die Inferenzschlüsse zu erhärten (Rössler & Geise, 2013, S. 272). Die Inhaltsanalyse bietet aber auch methodische Vorteile:

Der Untersuchungsgegenstand verändert sich nicht, unabhängig davon, wann und wie oft er untersucht wird, weshalb eine inhaltsanalytische Studie meist beliebig reproduzierbar und modifizierbar ist. Als zweiter Vorteil der Inhaltsanalyse gilt, dass die Forschenden nicht auf die Kooperation von Befragten [sic!] oder Versuchspersonen angewiesen sind, sondern weitgehend unabhängig von Dritten agieren können, was eine hohe Kontrolle über den Forschungsprozess erlaubt. (Rössler & Geise, 2013, S. 272)

In dieser Arbeit sollen Zeitungsartikel von Tageszeitungen claimsanalytisch untersucht werden, um zu verstehen, wie die deutsche Presse über den DSA berichtet und welche Akteure und Beziehungen zwischen ihnen sich in der Berichterstattung wiederfinden. Ein Claim bezeichnet „the strategic demands made by collective actors within a specific contested issue field“ (Koopmans & Statham, 1999, S. 206). Die Claimsanalyse verbindet Stärken der Framing- und Diskursanalyse und vereint somit die quantitative Erhebung mit qualitativen Elementen, was die Untersuchung politischer Auseinandersetzungen innerhalb breiterer Themen- und Politikfelder ermöglicht, aber auch die Analyse von Positionierungen einzelner Akteure (Koopmans & Statham, 1999, S. 219). Durch die relationale Auswertung der Daten werden die Beziehungen zwischen den Akteuren besonders sichtbar (Adam, 2008, S. 197). Im Kontext dieser Studie scheint dieses Methodendesign besonders angebracht, da Diskurse mit der quantitativen Inhaltsanalyse systematisch dargestellt (Wueest & Fossati, 2015, S. 725) und große Datenmengen bearbeitet werden können. Die so erhobene relationalen Daten bieten besondere Vorteile: „Die Netzwerkanalyse mit inhaltsanalytischen Verfahren zu verbinden, bedeutet, dass man Texte nicht mehr als bloße

Fundgrube für isolierte Elemente von Themen, Meinungen und Akteuren begreift, sondern deren Sinnzusammenhang in den Mittelpunkt stellt“ (Adam, 2007, S. 56).

6.1 Die symbolische Netzwerkanalyse

Die symbolische Netzwerkanalyse basiert auf der politischen Claimsanalyse nach Koopmans und Statham (1999). Adam präzisiert die Definition eines Claims für die Anwendung in dieser Methode als „strategische Aktion, mit der ein Sprecher seiner politischen Meinung öffentlich Ausdruck verleiht“ (Adam, 2008, S. 183). Ein Claim enthält also gerichtete unterschiedlich intensive Beziehungen zwischen Sprecher:innen und Adressat:innen, die Kritik-, Unterstützungs- oder Verantwortungszuweisungen enthalten können (Adam, 2008, S. 183). Von den sieben von Koopmans (2002, S. 2) definierten Claimbestandteilen sind im Kontext dieser Arbeit (1) der:die Sprecher:in, (2) die Aktionsform, (3) der:die Adressat:in und (4) die Begründung relevant und werden durch verschiedene Codes erhoben. Dabei wird „die strategische, politische *Aktion* eines Sprechers“ (Adam, 2008, S. 183) zur Definition eines Claims verwendet. Der (5) Ort wird nicht erfasst, der Zeitpunkt lediglich auf Artikelebene als Veröffentlichungsdatum des Artikels. Das Datum der Claimsäußerung festzulegen, wäre unverhältnismäßig aufwendig und in vielen Fällen gar nicht möglich. Außerdem werden Claims in der Regel kurz nach ihrer Äußerung in der Presse abgebildet, da nach der Nachrichtenwerttheorie (Galtung & Ruge, 1965) der zeitliche Zusammenhang sehr relevant für die Nachrichtenauswahl ist. Außerdem werden (6) Thema des Claims und (7) die davon betroffenen Personengruppen nicht erfasst, da durch die Eingrenzung der Debatte alle Claims im Zusammenhang mit Plattformregulierung und dem DSA stehen.

Im Gegensatz zu Adam et al. (2002) und Maier und Dogruel (2016) werden Zeitungskommentare nicht als „singuläre strategische Handlungen“ (Maier & Dogruel, 2016), also als nur ein Claim verstanden, da vor allem in Kommentaren oft mehrere Argumentationsstrukturen und verschiedene politische Aktionen unterschiedlicher Akteure vorkommen. Außerdem ist die Ungleichbehandlung von Kommentaren und Gastbeiträgen, die häufig auch einen kommentierenden Charakter aufweisen, nicht schlüssig. In diesen Fällen ist also die politische Aktion als alleiniges Abgrenzungsmerkmal nicht sinnvoll, daher gilt hier die Definition von Eberl et al. (2014, S. 9): „As long as the speaker, the statement or action, the issue or the addressee would not change, no new political claim was coded“.

Durch dieses methodische Vorgehen wird es möglich, die Interaktionen zwischen verschiedenen Akteuren zu untersuchen (Koopmans & Statham, 1999, S. 219). Die gewonnenen Daten können auf Makroebene zur Erforschung breiter Debatten genutzt werden, es können aber auch spezifische Akteure, Claims und Beziehungen genauer betrachtet werden (Koopmans & Statham, 1999, S. 208). Zu beachten ist dabei immer, dass die Analyse keine direkten Beziehungen zwischen den Akteuren aufzeigen kann, sondern nur die, über die in der Presse berichtet wird (Adam, 2008, S. 184–185). Diese „lassen [...] jedoch auch Rückschlüsse darüber zu, wer welche Öffentlichkeitsstrategien anwendet“ (Adam, 2008, S. 176).

6.2 Datengrundlage und Analyse

Untersuchungsgegenstand

Die Debatte wird inhaltlich durch die Fokussierung auf den DSA eingegrenzt. Der Untersuchungszeitraum beträgt daher 40 Monate, beginnend mit dem Juli 2019 und endend mit dem Oktober 2022. Der Beginn des Untersuchungszeitraums begründet sich durch die Wahl der neuen EU-Kommission, die ein Gesetz zur Plattformregulierung ankündigt, er endet mit dem Monat der Veröffentlichung des Gesetzes, wie in Kapitel 3.3.2 gezeigt.

Berücksichtigt werden Artikel aus den Tageszeitungen taz, SZ, FAZ und Welt. Sie zählen zu den auflagestärksten überregionalen Tageszeitungen in Deutschland (IVW, 2023). Außerdem wird mit der Auswahl eine Variation in der redaktionellen Linie, den Finanzierungsmodellen und dem Verhältnis zu Plattformunternehmen sichergestellt (vgl. Tabelle 1). Der Pressediskurs gilt noch immer als prägend für die öffentliche Meinung und das öffentlich wahrgenommene Bild einer Debatte, da andere Medien sich an den überregionalen Qualitätszeitungen als Leitmedien orientieren. Daher wird der Raum des Sagbaren und das Wissen über die Regulierung sozialer Medien entscheidend durch die Presse geprägt (Löblich & Nietzke, 2020, S. 44, 2020, S. 33). Somit umfasst das Untersuchungsinstrument 190 Artikel (37 taz, 40 SZ, 92 FAZ, 22 Welt), die durch eine Stichwortsuche ausgewählt wurden⁵.

⁵ Suchoperator: "*digitale-dienste-gesetz*" OR "*digital services act*" OR "*Gesetz über digitale Dienste*", für mehr Informationen zur Auswahl siehe Codebuch (Anhang A).

Tabelle 1 Strukturmerkmale der Untersuchungsmedien

Kriterien	taz	SZ	FAZ	Welt
Auflage ¹	44 894	283 759	187 586	85 863
Redaktionelle Linie	links	linksliberal	konservativ-liberal	konservativ
Finanzierung	Genossenschaft	Abbonements & Werbung	Abbonements & Werbung	Abbonements & Werbung
Kooperation mit Plattformen				
Google Digital News Initiative ²	✓		✓	
Facebook News ³	✓		✓	

¹Quelle: IWV (2023). ²Quelle: Fanta & Dachwitz (2020). ³Quelle : Singer (2021).

Vorstudie

Für eine Vorstudie wurden zunächst 20 Artikel, die über den Untersuchungszeitraum und die verschiedenen Zeitungen verteilt waren, ausgewählt. Ziel war es, typische Argumente in der Berichterstattung über den DSA zu finden und diese als Ausprägungen der *Variable Argument* in das Codebuch mitaufzunehmen. Dafür wurde eine qualitative Framinganalyse nach Entman (1993) durchgeführt. Eine vollständige Framinganalyse, die alle vier von Entman definierten Frameelemente umfasst, wäre zu zeitaufwändig gewesen. Aufgrund der Analyse auf Aussagen- statt auf Artikelebene sind auch oft nicht alle Frameelemente vorhanden. Daher setzt sich ein Argument aus der Kombination der Frameelemente Problemdefinition und Bewertung (Entman, 1993, S. 52) zusammen. Diese Definition weist auch Ähnlichkeiten zu der von Wueest und Fossati (2015, S. 713) vorgeschlagenen Methode der Framinganalyse als Methode des diskursiven Institutionalismus auf:

[If] a policy statement of a relevant actor is found in a text segment, this segment is reduced to its essential structure that contains only the subject actor, the policy position (reflecting the actors' perceived interest), and the justification of the policy position (reflecting the actors' framing). (Wueest & Fossati, 2015, S. 713)

Die Verknüpfung mit den Akteuren findet in der relationalen Claimsanalyse statt. Die von Semetko und Valkenburg (2000) definierten generischen Frames wurden als Unterkategorien der Problemdefinition operationalisiert. In einem ersten Schritt wurde das Material anhand der deduktiven Kategorien ausgewertet, anschließend konnten ergänzende Problemdefinitionen induktiv hinzugefügt werden. Die Bewertung ist in die Unterkategorien negativ, neutral und positiv unterteilt und bezieht sich auf den DSA als Problemlösung. Daraus ergeben sich 13 verschiedene Frames, die im Codebuch im Anhang A aufgelistet sind.

Tabelle 2 Variablen und Werte des Holsti-Koeffizienten.

Variable	Holsti
Zeitung	1.00
Tag	1.00
Monat	1.00
Jahr	1.00
Genre	0.80
Ressort	0.95
Erste:r Autor:in	1.00
Zweite:r Autor:in	1.00
Dritte:r Autor:in	1.00
Hauptthema	0.85
∅	0.96

Reliabilitätstest auf Basis von 20 Zeitungsartikeln aus dem Untersuchungsmaterial.

Für den Pre-Test erhielten zwei Codierer:innen 20 zufällig ausgewählte Artikel und werteten diese unter Beachtung des Codebuches aus. Durch das standardisierte Vorgehen konnte erreicht werden, dass das Vorkommen von Claims in ausreichendem Maß übereinstimmend erkannt und codiert wurde. Reliabilität wurde mit dem Überschneidungsmaß nach Holsti gemessen, das sich als Reliabilitätsmaß bewährt hat. Die Intercoderreliabilität wurde als überwiegend ausreichend für eine weitere Anwendung der Variablen angesehen. Der Intercoderreliabilitätstest ergab einen durchschnittlichen Reliabilitätskoeffizienten von 0.96 (vgl. Tabelle 2).

Die externe Validität der Ergebnisse kann erst im Anschluss an die Analyse durch den Vergleich dieser mit dem bisherigen Forschungsstand und der Prüfung auf Plausibilität erfolgen. Die interne Validität wird dadurch gesichert, dass bei der Codierung der vorkommenden Akteure offene Codierlisten verwendet wurden und auch die Argumente aus dem Material heraus in einer Vorstudie erfasst wurden.

Datenanalyse

Nach der Codierung wurden die erhobenen Daten bereinigt. Dafür wurde die Benennung der Akteure angeglichen und ihre Zuordnung zu den verschiedenen Gruppen und Organisationen spezifiziert. Es wurde sich dafür entschieden, die Analyse vornehmlich auf der Gruppen- und Organisationsebene vorzunehmen, um eine bessere Übersichtlichkeit und Interpretierbarkeit der Daten und Ergebnisse gewährleisten zu können. Ein Rückgriff auf die im Codierprozess erfassten Einzelpersonen war jedoch weiterhin möglich, wenn dadurch weitere Erkenntnisse erreichbar waren und wurde besonders zur Beantwortung der dritten Forschungsfrage genutzt.

Im Rahmen der Datenanalyse wurden zunächst verschiedene Maßzahlen zur Beurteilung der Sichtbarkeit, des Thematisierungspotentials sowie der Problem- und Interessensdefinitionen von Akteuren berechnet. Anschließend wurden die Interaktionsstrukturen und Diskurskoalitionen für das Gesamtnetzwerk ermittelt. Da sich dadurch sehr komplexe Datenstrukturen ergeben, wurde zur Visualisierung dieser auf die Software Gephi (Bastian et al., 2009) in der Version 0.10.1 zur Visualisierung von Netzwerkstrukturen und Erstellung von Netzwerkgraphen zurückgegriffen. Zur räumlichen Anordnung der Akteure und Beziehungen im Netzwerkgraphen wurde der Algorithmus Force Atlas 2 (Jacomy et al., 2014) verwendet, der die Vorteile verschiedener Layout-Verfahren kombiniert. Die hierarchische Clusteranalyse wurde mit SPSS (IBM Corp., 2021) durchgeführt.

Das hier beschriebene Vorgehen beinhaltet einige Einschränkungen, die bei der Interpretation der Ergebnisse bedacht werden müssen. Die Daten zur Untersuchung der Struktur symbolischer Netzwerke stammen aus nur einer Datenquelle, aus Artikeln und Kommentaren der Qualitätspresse. Die Beschränkung auf diese Datengrundlage ist einerseits forschungsökonomisch begründet, andererseits aber auch dadurch, dass die überregionale Qualitätspresse als Leitmedium eine hohe Bedeutung für den Verlauf der medialen Debatte insgesamt hat und eine herausgehobene Rolle bei der „gesellschaftlichen Ko-Orientierung“ spielt (Jarren & Vogel, 2011, S. 25). Eine Generalisierbarkeit auf das gesamte Mediensystem und die Debatte über verschiedene Medientypen hinweg ist aber nicht möglich. Die Analyse der Prominenz von Akteuren lässt auf die von ihnen verwendeten Aufmerksamkeitsstrategien, die Analyse der Problem- und Interessensdefinitionen auf ihre Framingstrategien schließen. Diese Strategien werden aber nicht direkt, sondern indirekt, weil medial vermittelt, erhoben (vgl. Adam, 2007, S. 176). Somit werden lediglich medial sichtbare Strategien erfasst, der mediale Filter selbst als Auswahlmechanismus bleibt eine „black box“ (Adam, 2007, S. 177).

Was Adam weniger beachtet ist die Möglichkeit der Presse, den medialen Filter strategisch zu nutzen, um gezielt nur bestimmte Akteure und Positionen sichtbar und somit nur gezielte Strategien nachvollziehbar zu machen. Ein Hinweis auf diese strategische Nutzung des Filters kann sein, wenn Akteure den medialen Filter durchbrechen, denen das sonst weniger möglich ist oder andersherum. Die beschriebene Methode hat einen explorativen Charakter, kann aber zu den Strategien verschiedener Akteure und besonders

den Strategien der Presse erste Erkenntnisse liefern, die für zukünftige Forschungsvorhaben die Grundlage zur Hypothesenbildung und deren Überprüfung bilden können.

7 Ergebnisse und Diskussion

In diesem Kapitel sollen die Ergebnisse der empirischen Analyse der Zeitungsartikel zur Debatte um den DSA vorgestellt werden. Die Ergebnisdarstellung erfolgt in der Reihenfolge der bereits vorgestellten Forschungsfragen. Analysen zu den vorkommenden Akteuren und ihren Argumenten sowie zu den Beziehungskonstellationen zwischen ihnen werden in den jeweiligen Unterkapiteln dargestellt, bevor schließlich die Plattformen als Akteure und ihre Darstellung in der Debatte gesondert betrachtet werden.

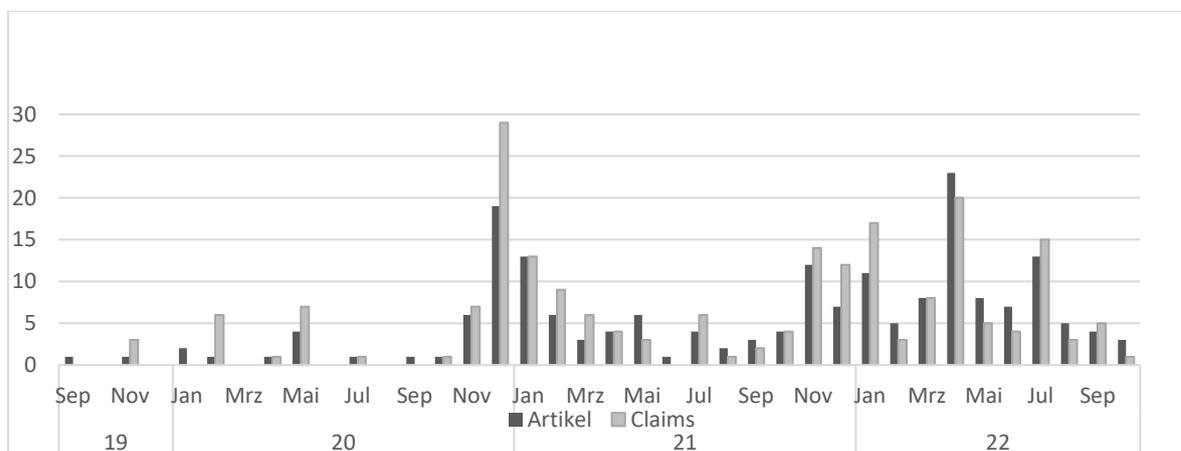
Doch zunächst sollen in einem allgemeinen Überblick die Daten näher beschrieben werden. Von den 190 ausgewerteten Artikeln enthalten 127 Artikeln mindestens einen Claim, also eine Beziehungsstruktur, die mindestens Sprecher:in, Aktion und Adressat:in aufweist. Die Analysen beruhen also auf 127 Artikeln, die 210 Claims (Durchschnitt $(M)=1.65$) und 246 Beziehungen ($M=1,94$) zwischen Sprecher:innen und Adressat:innen enthalten. Davon sind 119 (48.4%) Kritik-, 38 (15.4%) Unterstützungs- und 89 (36.2%) neutrale Verantwortungszuschreibungen (siehe Anhang B1). Es wurden 179 unterschiedliche Akteure codiert, die nach einer Aggregation auf Organisationsebene 53 Akteure ergeben. Dabei wurden individuelle Akteure mit einem Gesamtdegree von mindestens 3 weiterhin als einzelne Akteure betrachtet.

In den Zeitungen taz ($M=1.14$), SZ ($M=1.15$) und FAZ ($M=1.21$) finden sich ähnlich viele Claims pro Artikel. Lediglich die Claimanzahl pro Artikel in der Welt ($M=0.55$) liegt deutlich darunter (siehe Anhang B2). Verbunden mit der geringen Anzahl an Artikeln zum DSA insgesamt in der Welt im Vergleich zu den anderen Zeitungen lässt dies ein geringes Ausmaß der Berichterstattung über den DSA dort vermuten. Heraus sticht aber auch, dass die Welt prozentual den größten Anteil an Artikeln veröffentlicht, bei denen der DSA das Hauptthema ist (45.5%). Im Durchschnitt ist das bei 34.7% der Artikel der Fall (siehe Anhang B3). Quantitativ gesehen ist die Berichterstattung zum DSA in der FAZ am umfangreichsten. Dort wurde fast die Hälfte (48.4%) aller erfassten Artikel veröffentlicht (siehe Anhang B4).

Auch lässt sich die Thematisierung des DSA in der Presse insgesamt beurteilen. Dabei kann zwischen drei Typen unterschieden werden, die die langfristige Relevanz eines

Themas in der Berichterstattung beschreiben (Adam, 2007, S. 196). Ein Thema kann als „Dauerbrenner“ über einen längeren Zeitraum konstant in den Medien stattfinden, es kann als „Event-hopper“, beispielsweise hervorgerufen durch bestimmte Ereignisse, punktuell von den Medien aufgegriffen werden und es kann durch eine konstant geringe Berichterstattung als „low-salience-issue“ eingestuft werden (Adam, 2007, S. 196). Durch die Analyse der Debatte im Zeitverlauf kann nur indirekt auf die Relevanz des Themas in der Berichterstattung geschlossen werden, da ein Vergleich mit der Berichterstattung über andere Themen nicht vorgenommen wird (Adam, 2007, S. 196.). Adam (2007, S. 196) vergleicht die Claimanzahl über den Untersuchungszeitraum, um daraus Schlüsse aus der Bedeutung des Themas zu ziehen. Hier soll zusätzlich die Anzahl der Artikel über den Untersuchungszeitraum verglichen werden, um im Vergleich auf die Thematisierung durch die Medien zu schließen. In Abbildung 3 ist der Themenverlauf gemessen an der Anzahl der Artikel und Claims vergleichend dargestellt. Bis zum September 2020 kann der DSA als „low-salience-issue“ bezeichnet werden, es findet kaum Berichterstattung statt. Anschließend orientiert sich die Berichterstattung stark am Verlauf des Gesetzgebungsprozesses auf EU-Ebene (vgl. Kap. 3.3.2).

Abbildung 3 Bedeutung der Debatte um den DSA im Zeitverlauf.



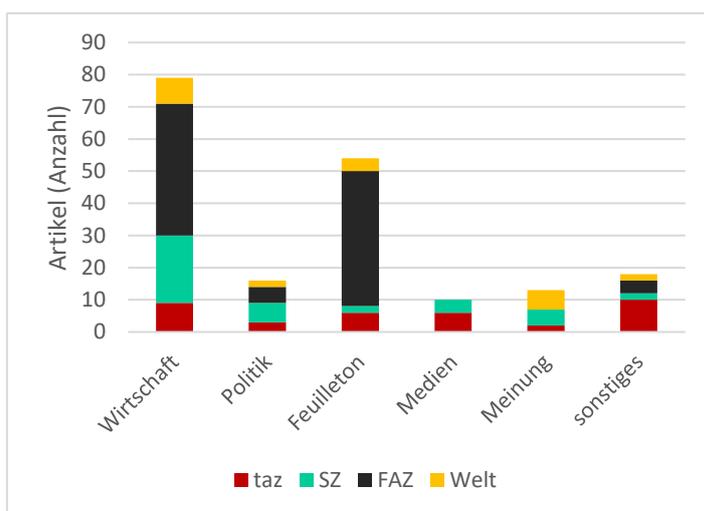
Basis: erfasste Artikel und Claims in vier Zeitungen (taz, SZ, FAZ, Welt). $N_1=190$ Artikel, $N_2=210$ Claims.

Der DSA entwickelt sich im Untersuchungszeitraum zu einem „Event-hopper“. Besonders zur Veröffentlichung des Gesetzesentwurfes durch die Kommission im Dezember 2020 sowie nach einer Einigung im Trilogverfahren im April 2022 werden viele Artikel veröffentlicht. Die hohe Anzahl an Claims zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Entwurfes sowie während der Stellungnahmen vom Rat der EU im November 2021 und vom EU-Parlament im Januar 2022 zeigt, dass diese Ereignisse viele Akteure zu politischen

Aktionen anregen. Dabei handelt es sich vor allem um verbale Äußerungen der Akteure (83.7% aller Beziehungen, siehe Anhang B5), die von der Presse aufgegriffen werden. Dass die Anzahl der Artikel die Anzahl der Claims besonders im Zeitraum von Februar bis Oktober 2022 mehrmals übersteigt, lässt darauf schließen, dass die Presse das Thema in diesem Zeitraum auch von sich aus ohne äußere politische Aktionen vermehrt thematisiert. Von De-Thematisierung kann weder durch die Medien noch durch die Gesamtheit der politischen Akteure gesprochen werden.

Ähnlich wie das Politikfeld Medienpolitik sich mit weiteren Politikfeldern wie Wirtschafts-, Kultur- und Digitalpolitik überschneidet (Pfetsch, 2003, S. 245), gilt dies auch für die Plattformregulierung, zumindest soweit sich dies durch die Ressortzuteilungen der Zeitungen zeigt. Die Medien weisen dem DSA also in verschiedenen politischen und gesellschaftlichen Bereichen Relevanz zu. In der taz und der SZ gibt es jeweils ein eigenes Ressort „Medien“, in der taz sogar das Ressort „Digitech“, was für eine dauerhaft hohe Relevanzzuweisung der beiden Zeitungen zu medien- und digitalpolitischen Themen spricht. Am häufigsten werden die Artikel zum DSA aber in den Ressorts „Wirtschaft“ (41.58%) und „Feuilleton“ (28.42%) veröffentlicht (Abbildung 4). Dies zeigt, dass ähnlich wie frühere Medienregulierung auch die Plattformregulierung vor allem wirtschaftlich geprägt ist (Pfetsch, 2003, S. 235), aber auch die durch die Plattformisierung bedingten Herausforderungen für die Gesellschaft intensiv medial begleitet und diskutiert werden.

Abbildung 4 Häufigkeit der Ressortzuteilung je Zeitung.



Basis: Alle Zeitungsartikel. N=190.

Die Relevanz eines Themas in der Berichterstattung zeigt sich aber nicht nur durch eine hohe Anzahl an veröffentlichten Artikeln, sondern auch dem hohen Anteil von

Hintergrundberichten (38.95%) im Vergleich zu den kürzeren Meldungen (24.21%). Mit 20.53% ist auch der Anteil an Gastkommentaren hoch. Kommentare (8.95%) und Interviews (7.37%) kommen weniger oft vor (siehe Anhang B6).

Die Analysen zeigen, dass die Presse konstant über den DSA berichtet, die Berichterstattung aber besonders intensiv nach politischen Ereignissen auf EU-Ebene ist, zu denen dann viele Akteure Stellung beziehen. Eine strategische Thematisierung des DSA durch die Medien kann somit durch die Quantität der Berichterstattung nicht festgestellt werden. Inwieweit die Medien aber verschiedene Akteure und ihre Positionen (Kap. 7.1) sowie die Gesamtdebatte (Kap. 7.2) und insbesondere die Plattformunternehmen und Intermediäre darstellen (Kap. 7.3), wird in den folgenden Kapiteln dargestellt.

7.1 Relevante Akteure und Argumente

7.1.1 Sichtbarkeit

Wie bereits gezeigt werden konnte, ist die Sichtbarkeit des Themas DSA zumindest zeitweise hoch. Da Sichtbarkeit als zweidimensionales Konzept jedoch auch die in der Debatte involvierten Akteure umfasst (Adam, 2007, S 269), soll diese zwischen den Akteursgruppen und einzelnen Akteure verglichen werden. Sie wird durch den Gesamtdegree, die Summe aller eingehenden und ausgehenden Beziehungen eines Akteurs, bestimmt (Adam, 2007, S. 270). Dieser Wert drückt Sichtbarkeit quantitativ aus. Außerdem wird auf Prestige als „eine besondere Form der Sichtbarkeit [...] [zurückgegriffen], die es Akteuren in besonderem Maße erlaubt, für sich und ihre Positionen Legitimation in öffentlichen Debatten zu schaffen“ (Adam, 2007, S. 298) und Sichtbarkeit qualitativ darstellt. Der Prestige-Wert kann zwischen -100 und 100 liegen (Adam, 2008, S 190) und wird folgendermaßen berechnet: „Für jeden Akteur werden von allen positiven auf ihn gerichteten Referenzen alle negativen abgezogen. Der resultierende Wert wird durch alle auf den Akteur gerichteten Wertungen normiert. Dieser Bewertungsindex wird schließlich mit der Intensität der Bewertung multipliziert“ (Adam, 2008, S. 189). Die Werte werden in Tabelle 3 dargestellt.

Tabelle 3 zeigt, dass nur wenige Akteursgruppen über eine hohe Sichtbarkeit gemessen am Gesamtdegree verfügen. Im Durchschnitt haben die Akteure einen Gesamtdegree von 0.6%. Ob sich hinter den Akteursgruppen wenige stark sichtbare oder eine breite Anzahl an Akteuren verbirgt, zeigt eine detaillierte Betrachtung auf Organisations-

ebene. Es treten 53 Akteure auf. Vor allem politische Akteure sind stark sichtbar: Die EU-Kommission (7.1%), aber auch die EU im Allgemeinen (4.5%) und die Bundesregierung (4.1%). Auch das Plattformunternehmen Meta ist sehr präsent (3.7%). 26.8% aller Beziehungen gehen von Akteuren der Exekutive aus oder sind auf sie gerichtet. Akteure der Plattformunternehmen sind ebenfalls sehr sichtbar (19.7%). Diese beiden Akteursgruppen verfügen gleichzeitig über die schlechtesten Prestigewerte. Für erstere beträgt der Prestigewert -22.93. Der negative Prestigewert der Exekutive (-21.02) beruht allein auf dem Prestige der EU-Kommission (-18.47). Der Wert für die Bundesregierung ist nur leicht negativ (-2.55). Die Landesregierungen verfügen sogar über einen leicht positiven Wert von +0.64, der aber nur aus einer auf sie gerichteten Bewertung resultiert. Die starke Präsenz von Akteuren aus dem politischen Machtzentrum und der Exekutive ist dabei nicht überraschend und deckt sich mit bisherigen Studien (Eilders, 2008, S. 43; Jarren, 1998, S. 624).

Tabelle 3 Sichtbarkeit, Prestige, Prominenz und Interessensdefinition je Akteursgruppe.

Gruppe	Sichtbarkeit		Prestige*		Prominenz		Interessensdef.*	
	Gesamt-degree	in %	Bewertungsindex	Prestige	Out-degree	in %	∑ Zuweisungen**	P-N-Index
Politik (unspezifisch)	51	10.4	0.00	0.00	4	1.6	-	-
Exekutive	132	26.8	-0.60	-21.02	57	23.2	26	-0.85
Legislative	22	4.5	-0.07	-0.64	6	2.4	3	-0.33
Judikative	10	2.0	-	-	8	3.3	8	0.00
Behörden	29	5.9	-0.75	-3.82	15	6.1	9	-1.00
Parteien	27	5.5	-1.00	-1.91	23	9.3	20	-0.60
Medien	43	8.7	-0.20	-0.64	36	14.6	27	-0.26
Plattformen	97	19.7	-0.72	-22.93	21	8.5	15	-0.47
Wissenschaft	56	11.4	-1.00	-0.64	55	22.4	34	-0.41
Zivilgesellschaft	17	3.5	-	-	16	6.5	10	-0.60
Gesellschaft	3	0.6	-	-	-	-	-	-
sonstiges	5	1.0	-	-	5	2.0	3	-1.00
N	246		157		246		157	

Basis: Alle Beziehungen. Spaltenprozentuierung. *Basis: Alle Kritik- und Unterstützungsbeziehungen. **ausgehende Kritik- und Unterstützungszuweisungen.

Jarren und Donges (2011, S. 213) stellen in einem Überblick über die mediale Berichterstattung über verschiedene Politikfelder fest, dass „vor allem parlamentarische Entscheidungen wenig begleitend dokumentiert“ werden. Dies kann auch für die Berichterstattung über den DSA behauptet werden. Akteure der Legislative (4.5%) und der politischen Parteien (5.5%) sind wenig sichtbar und können kaum Prestige auf sich vereinigen. Auch zivilgesellschaftliche Akteure (3.5%) sind kaum sichtbar. Insbesondere Akteure

der Exekutive dominieren, Entscheidungen auf exekutiver Ebene verursachen insgesamt mehr Berichterstattung. Einen hohen Gesamtdegree haben ebenfalls noch Akteure aus der Wissenschaft (11.4%). Die ebenfalls starke Stimme der Wissenschaft (11.4%) ist daher überraschend, da ihr Akteursstatus in medienpolitischen und plattformregulatorischen Debatten in den Medien bisher nicht empirisch gezeigt wurde. Die fehlenden auf sie gerichteten Kritik- und Unterstützungszuweisungen deuten auf eine geringe Integration der Wissenschaft in die Debatte hin (Adam, 2007, S. 298).

Die Ergebnisse zeigen, dass die Sichtbarkeit von Akteuren typisch für die politische Berichterstattung im Allgemeinen und die Berichterstattung über Medienpolitik im Besonderen ist. Lediglich die hohe Sichtbarkeit von Akteuren aus der Wissenschaft und von den Plattformunternehmen sticht hervor. Letzteres überrascht aber nicht, da die Plattformen als Regulierungsobjekt stark vom DSA betroffen und so relevante Akteure sind.

7.1.2 Thematisierung durch Sprecher:innen

Wie stark welche Akteure aus anderen Foren den Diskurs im massenmedialen Forum prägen, kann durch ihre „Prominenz als ‚Agenda-setter‘ im Gesamtdiskurs“ (Adam, 2007, S. 181) ausgedrückt werden. Diese wird durch den Outdegree, die Summe aller von einem Akteur ausgehenden Beziehungen, bestimmt (Adam, 2008, S. 185).

Tabelle 3 macht deutlich, dass vor allem Akteure der Exekutive (23.2%) und der Wissenschaft (22.4%) die Presseagenda bestimmen. Außerdem treten die Medien selbst als Agenda-setter auf (14.6%). Die Plattformen sind zwar stark sichtbar, können mit einem Outdegree von 8.5% aber weniger eigene Themen im Diskurs setzen. Akteure der Parteien (9.3%), der Zivilgesellschaft (6.5%) und der Behörden (6.2%) verfügen über eine ähnlich hohe Prominenz.

Wird die Thematisierung der Sprecher:innen auf Organisationsebene betrachtet, so zeigt sich, dass nicht alle im Diskurs sichtbaren Akteure auch aktiv als Agenda-setter auftreten. Nur 43 Akteure und damit 10 weniger als insgesamt sichtbar sind, treten überhaupt als Sprecher:innen auf. Nur wenige können höhere Prominenz erreichen. Akteure der Exekutive haben auch hier wieder die höchsten Prominenzwerte: Dies sind die EU-Kommission (11.4%), die Landesregierungen und die Bundesregierung (beide 4.1%). Auch der Leiter des Thinktanks „Mindbase“, Stefan Herwig und Rolf Schwartmann, Professor für öffentliches Recht (beide 3.7%) sind aktive Sprecher, ebenso wie die Zeitungen SZ (3.7%)

und FAZ (4.5%). Auch Meta (3.7%) und die Partei Die Grünen (3.3%) haben hohe Prominenzwerte.

Besondere Möglichkeiten zur Themensetzung haben Akteure, deren Handlungen, Aussagen und Positionen nicht nur in den Medien wiedergegeben werden, sondern auch in den Medien selbst die Debatte kommentieren, da sie so direkt zu den Leser:innen sprechen und ihre Positionen darlegen können (Eilders, 2008, S. 38). In den hier untersuchten Zeitungen ist dies Journalist:innen in Kommentaren und anderen Akteuren in Gastbeiträgen möglich. Dabei zeigt sich eine deutliche Dominanz von Gastautor:innen aus der Wissenschaft. In 39 Gastbeiträgen sind Wissenschaftler:innen 25 Mal Autor:innen und damit häufiger als Journalist:innen in ihren eigenen Zeitungen kommentieren (17 Mal). Akteure der Exekutive, die über eine hohe Sichtbarkeit und hohes Prestige verfügen, kommentieren schon deutlich weniger, aber immer noch sechs Mal, ebenso wie Akteure der Behörden. Von Akteuren anderer Gruppen werden nur vereinzelt Gastbeiträge verfasst, von Akteuren der Legislative und Judikative gar nicht (siehe Tabelle 4).

Tabelle 4 Kommentator:innen je Gruppe

Kommentare	
Presse	17
Gastkommentare	
Exekutive	6
Legislative	-
Judikative	-
Behörden	6
Parteien	3
Medien (außer Presse)	2
Plattformen	2
Wissenschaft	25
Zivilgesellschaft	2
sonstige	3

Basis: Artikel der Genres „Meinung“ und „Meinung ext“. N=56 Artikel mit 66 Autor:innen. Bis zu drei Autor:innen pro Artikel möglich.

Vor allem Akteure der Wissenschaft können ihre durchschnittliche Sichtbarkeit durch eine starke Prominenz ausbauen und so in der Debatte um den DSA Themen setzen. Dies ist ihnen in besonderem Maße durch die Veröffentlichung von Gastkommentaren möglich. Gleiches gilt für die Journalist:innen der untersuchten Zeitungen, die durch die Veröffentlichung von Kommentaren ebenfalls bestimmte Themen in den Diskurs einbringen und die Debatte darauf fokussieren können.

7.1.3 Problem- und Interessensdefinitionen

Wird die Thematisierung durch Akteure analysiert, ist nicht nur entscheidend, welche aktiv als Sprecher:innen auftreten, sondern auch zur Verbreitung welcher Argumente sie ihre Sprecher:innenposition nutzen. Denn durch die verwendeten Argumente definieren sie den Problemraum. Damit in Verbindung stehen auch die von ihnen vertretenen Interessen. Ein Index zur Bewertung, „ob Akteure ihre Interessen primär durch positive oder negative Verweise definieren“ (Adam, 2007, S. 234) ist der P-N-Index. Dafür „[s]etzt man positive und negative Referenzen ins Verhältnis zueinander“ (Adam, 2008, S. 188-189). Außerdem lässt sich die Interessensdefinition der Akteure dadurch beurteilen, welchen Akteuren sie Verantwortung zuweisen.

Es wurden 96 Beziehungen mit 108 Argumenten erfasst. Auf diese soll im Folgenden ein Blick geworfen werden. Der DSA wird überwiegend negativ bewertet (47 Argumente), durch 36 Argumente findet eine positive Bewertung statt. Eine Übersicht

Tabelle 5 Argumente pro Akteursgruppe (Sprecher:innen)

Argument		Politik (unspezifisch)	Exekutive	Legislative	Judikative	Behörden	Parteien	Medien	Plattformen	Wissenschaft	Zwivgesell- schaft	Anzahl je Überkategorie
Problemdefinition												
Verantwortung												
Plattformen nehmen eigene Verantwortung nicht wahr	positiv	1					1					22 (20.4%)
Mangelnde Handlungsbereitschaft der Gesetzgeber	positiv		1	1					1			
MS haben zu wenig Mitspracherecht ggü EU	negativ		1			5	1	5		5		
EU-Kommission hat zu wenig Mitspracherecht ggü MS	negativ											
Moral/Recht/Ethik												
Unzureichende Durchsetzung von Grundrechten	neutral/keine		1	1		2	3	3	1	1	1	58 (53.7%)
Mangelnde Staatsferne der Plattformaufsicht	negativ		5			3	1			2		
Viele illegale Inhalte auf Plattformen	positiv/keine	1	7	3		2	3	1		3	1	
AGBs der Plattformen stehen über Recht	negativ							10				
Willkürliche Plattformzensur in illiberalen MS möglich	negativ						2					
Meinungsvielfalt gefährdet*	negativ		1			1						
Konflikt												
(Versuche der) Einflussnahme verschiedener Interessengruppen	keine						1	1			1	3 (2.8%)

Ökonomische Konsequenz													
Kommerzialisierung des Internets, Datenausbeutung	positiv/neutral							1	1	1	2	2	14 (13.0%)
Wettbewerbsnachteile für europäische Plattformen	negativ		3							1			
Große Plattformen haben zu große Marktmacht*	positiv		2				2	1					
Zu große Einschränkungen für Plattformen*	negativ									3			
Human Interest*,**												1	
Besonders Frauen sind digitaler Gewalt ausgesetzt	keine							1				3	5 (4.6%)
Σ		2	21	5			13	15	23	7	13	9	

N=96 Beziehungen mit Argumenten, mit 108 Argumenten, Bis zu drei Argumente pro Beziehung möglich; *Kategorien wurden aus der Kategorie „sonstiges“ nachkodiert, **Da eine Unterkategorie für das Argument hier nicht sinnvoll erschien, wurde das Argument aus der Kategorie „sonstiges“ in der Überkategorie kodiert.

über die genutzten Argumente und ihr Vorkommen findet sich in Tabelle 5. Auch bei der Bewertung der Akteure überwiegt die Kritik. Der Wert des P-N-Index für alle Kritik- und Unterstützungsbeziehungen beträgt -0.52. Über die Hälfte der genutzten Argumente (53,7%) basieren auf moralischen oder rechtlichen Begründungen. Dabei wird vor allem auf die vielen illegalen Inhalte auf Plattformen (21 Argumente), die unzureichende Durchsetzung von Grundrechten im Internet (13 Argumente), die mangelnde Staatsferne der im DSA geplanten Plattformaufsicht (11 Argumente) und die Hoheit der Plattform-AGBs über allgemeinen Gesetzen (10 Argumente) als Begründung zur Bewertung des DSA zurückgegriffen. Letzteres Argument wird nur von medialen Akteuren genutzt.

Moralische und rechtliche Argumente nutzen Akteure aus fast allen Gruppen (siehe Tabelle 5). Das zeigt, dass die Debatte stark normativ geführt wird und verschiedene gesellschaftliche Leitbilder in Konkurrenz zueinander stehen (Puppis, 2020, S. 213). Dabei fallen zwei besondere Häufungen von Argumenten bei Akteursgruppen auf: Die Verbreitung von illegalen Inhalten auf Plattformen wird von Akteuren der Exekutive nur von der EU-Kommission genutzt. Dies kann als Strategie gelesen werden, somit die Notwendigkeit des DSA zu begründen. Die mangelnde Staatsferne der Plattformaufsicht kritisieren Akteure der Bundes- und Landesebene. Daraus lässt sich die Strategie lesen, dass sie durch die Kritik an der Aufsicht der VLOPs durch die Kommission ihre eigenen Systeme der staatsfernen Aufsicht wie die Landesmedienanstalten ins Spiel bringen möchten. Dieses Argument wird auch häufig von den Landesmedienanstalten verwendet, zusammen mit dem Argument, dass die EU-Mitgliedstaaten durch den DSA zu wenig Mitspracherecht gegenüber der EU haben, was ebenfalls zu der vermuteten Strategie passt.

Ökonomische Argumente werden im Gegensatz zu moralischen viel seltener verwendet (13.0%), was aufgrund der stark durch ökonomische Interessen geprägten Debatte (Neuberger, 2020, S. 130) überrascht. Die Positionierungen der Akteure lassen sich aber gut in die bisherigen Erkenntnisse zu ihren Eigeninteressen und Positionierungen in medienpolitischen und plattformregulatorischen Debatten einordnen. Akteure der Exekutive, drei Regierungschefinnen von EU-Mitgliedsstaaten, kritisieren Wettbewerbsnachteile für europäische Plattformen im Gegensatz zu den VLOPs aus den USA. Ebenso wird von der Exekutive die große Marktmacht der VLOPs kritisiert. Die Plattformen nutzen fast ausschließlich ökonomische Argumente (5 von 7 Argumenten), darunter kritisieren sie drei Mal, dass der DSA sie zu stark einschränkt.

Tabelle 6 Verantwortungszuweisungen

		Adressat:innen (in %)										
		Behörden	Exekutive	Gesellschaft	Judikative	Legislative	Medien	Parteien	Plattformen	Politik	Zivilgesellschaft	Σ
Sprecher:innen (in %)	Behörden		2.2						1.1	3.4		6.7
	Exekutive	2.2	10.1	1.1			1.1		16.9	3.4		34.8
	Legislative								3.4			3.4
	Medien	2.2	1.1			1.1				5.6		10.1
	Parteien	1.1	2.2									3.4
	Plattformen		1.1	1.1					2.2	2.2		6.7
	Politik								2.2			2.2
	sonstiges		1.1							1.1		2.2
	Wissenschaft	1.1	3.4	1.1	2.2		1.1	1.1	2.2	10.1	1.1	23.6
	Zivilgesellschaft		1.1						1.1	4.5		6.7
	Σ	6.7	22.5	3.4	2.2	1.1	2.2	1.1	29.2	30.3	1.1	100

Basis: alle Verantwortungszuschreibungen. N=89.

Verantwortungszuschreibungen als Problemdefinition (Entman, 1993, S. 52) treten in einem Fünftel (20.4%) der Argumente auf. Dabei wird hauptsächlich das bereits erwähnte Argument verwendet, die EU-Mitgliedsstaaten hätten durch den DSA zu wenig Mitspracherecht bei der Plattformregulierung und -aufsicht. Neben den Behörden wird es vor allem von den Medien und der Wissenschaft in den veröffentlichten Kommentaren und Gastbeiträgen verwendet (je 5 Mal). Verantwortung wird vor allem Akteuren außerhalb der eigenen Akteursgruppe zugeschrieben, also an andere Akteursgruppen abgeschoben, dabei vor allem Akteuren der Politik (30.3%) und den Plattformen (28.2%) zugewiesen

(siehe Tabelle 6). Lediglich zwischen Akteuren der Exekutive gibt es Verantwortungszuweisungen zwischen Akteuren der Landes- Bundes- und europäischen Ebene. 34.8% aller Verantwortungszuweisungen gehen von exekutiven Akteuren aus, wobei die Hälfte davon (48.4%) auf die Plattformen gerichtet sind. Auch gibt es zwei Verantwortungszuweisungen innerhalb der Gruppe der Plattformakteure. Ansonsten zeigt sich eine Ausgrenzung der Debatte aus der eigenen Akteursgruppe heraus.

Argumente, die sich auf Konflikte beziehen (2.8%), kommen nur selten vor. Diese Konflikte werden durch die Konfliktzuweisungen aber sehr deutlich und sind in der Debatte sehr präsent. Auch hier zeigt sich wieder eine mediale Ausgrenzung. Die Medien treten dabei selbst unterdurchschnittlich als Konfliktproduzenten auf (P-N-Index=-0.26). Sie bewerten die Legislative und sich untereinander positiv (beide 1.00). Sprecher:innen der Behörden (-1.00), der Exekutive (-0.85), der Parteien und der Zivilgesellschaft (beide -0.60) produzieren dagegen überdurchschnittlich viele Konflikte.

Human Interest-Argumente (4.6%) werden fast ausschließlich von zivilgesellschaftlichen Organisationen in die Medien eingebracht (4 Argumente), einmal wird das Argument in einem Kommentar in der SZ von den Medien aufgegriffen. Dies zeigt einen seltenen Fall, in dem Journalist:innen „Öffentlichkeit für die sonst wenig sichtbaren zivilgesellschaftlichen Akteure“ (Eilders, 2008, S. 43) herstellen. Den zivilgesellschaftlichen Organisationen scheint es also gelungen sein, den von anderen Akteuren nicht besprochenen Aspekt der digitalen Gewalt, insbesondere gegen Frauen, über den medialen Filter in den Pressediskurs einzubringen – auch wenn dieser im Vergleich zu anderen Argumentationen eine geringe Rolle spielt.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die meisten Akteure Argumente und Problemdefinitionen verwenden, die strategisch sinnvoll zur Durchsetzung ihrer Interessen sind. Wissenschaftler:innen treten ebenfalls mit einer klaren Position auf: Sie kritisieren den DSA und sehen eine Gefahr in der großen Macht, die die Kommission durch das Gesetz bei Regulierungsfragen erhält. Inwieweit sie dieses Auftreten strategisch planen und ob sie damit das Ziel haben, eigene Interessen durchzusetzen – welche, falls es sie gibt, bisher nicht benannt werden konnten – kann zu diesem Zeitpunkt nicht beantwortet werden.

Die Analyse zeigt, dass vor allem Akteure aus dem politischen Zentrum es schaffen, ihre Argumente in den medialen Diskurs einzubringen. Dies spiegelt sich auch dadurch wider, dass die im EU-Parlament und dem Rat der EU verwendeten Narrative (Schlag, 2023,

S. 5–6) sich auch in den im medialen Diskurs genutzten Argumenten wiederfinden. Gleichzeitig sind sie aber mit den Plattformen am häufigsten Kritik ausgesetzt. Die starke Verwendung normativer Argumente weist darauf hin, dass die Debatte um Plattformregulierung sehr grundsätzlich geführt wird, was wegen der Neuheit und der Tiefe der gesellschaftlichen Veränderungen durch die Plattformisierung, deren Umgang im Diskurs erst ausgehandelt werden muss, schlüssig erscheint. Bei der Frage, ob in der Medienpolitik und somit auch in der Politik der Plattformregulierung normative oder ökonomische Maßstäbe angelegt werden (Pfetsch, 2003, S. 233), scheint in der Debatte um den DSA zumindest in der Debatte in der Presse zugunsten der normativen Kriterien beantwortet werden können. Die Medien halten sich dabei selbst mit starken Positionierungen zurück, lassen aber vor allem Akteure durch den medialen Filter, die die Plattformunternehmen als auch den DSA als Maßnahme zu deren Regulierung kritisieren. Ob sich das sehr kritische Auftreten fast aller Akteure auch in einer polarisierten Debattenstruktur widerspiegelt, wird im Folgenden diskutiert.

7.2 Diskursive Koalitionen

7.2.1 Interaktionsstrukturen

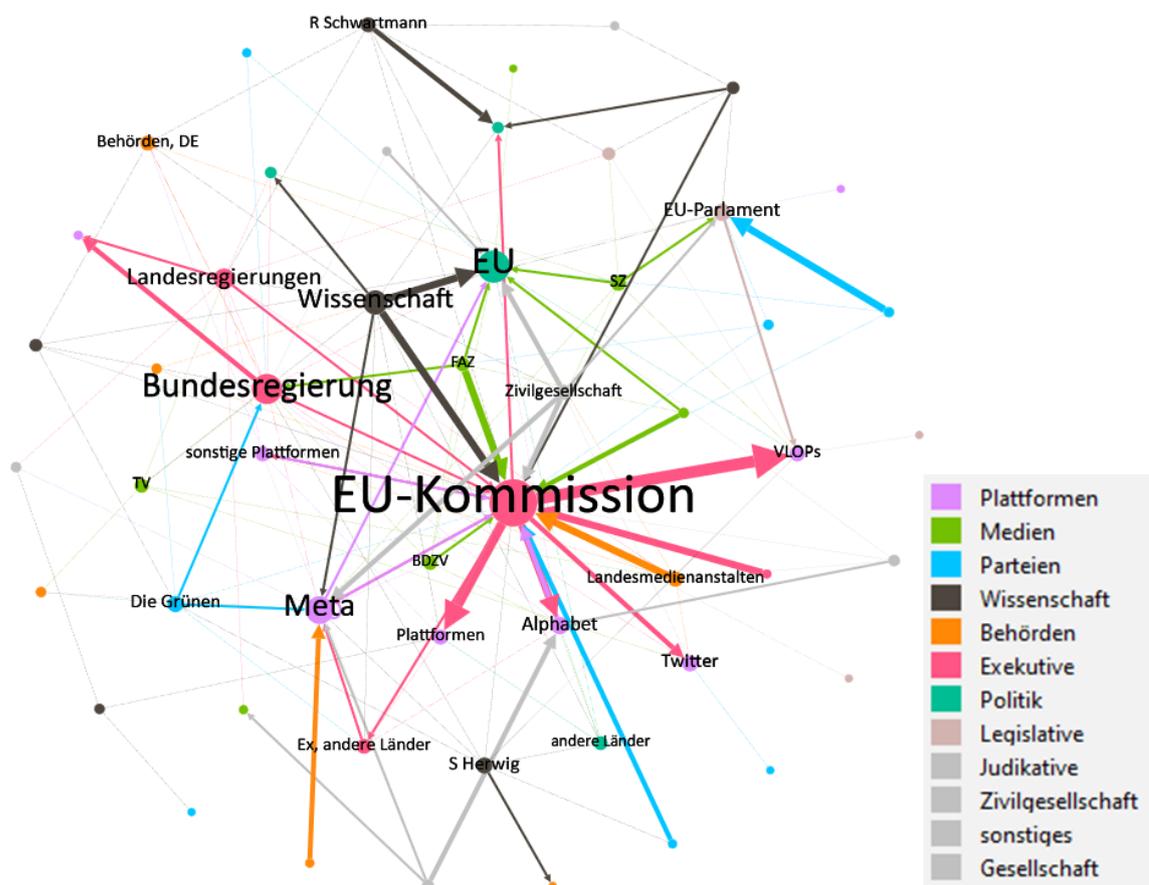
Bei der Analyse von Interaktionsstrukturen stehen nicht mehr wie im vorigen Unterkapitel die Akteure selbst im Fokus, sondern die Beziehungen zwischen ihnen (Adam, 2008, S. 190). Durch die Verdichtung der Beziehungen können Kommunikationsadern erkannt werden, „die Akteure miteinander verbinden, und [...] sich dadurch [auszeichnen], dass sie die Stärke einer solchen Verbindung in den Vordergrund stellen“ (Adam, 2007, S. 277). Diese können in einem Netzwerkgraphen visualisiert werden, wodurch Rückschlüsse auf die Struktur der Gesamtdebatte möglich sind.

Diese können aber auch aus der Zentralität von Akteuren im Diskurs abgeleitet werden. Adam (2007, S. 286) beschreibt zentrale Akteure als solche, die stark mit vielen unterschiedliche Akteuren vernetzt sind. „Sie erfüllen eine Integrationsfunktion, da sie die Debatte auf ihre Positionen und Ideen fokussieren“ (Adam, 2007, S. 286). Auch Jansen (2003, S. 135) weist zentralen Akteuren ein großes Einflusspotential auf andere Akteure im Netzwerk zu. Der Wert der Betweenness-Zentralität sagt infolgedessen folgendes aus: „Je häufiger ein Akteur eine solche Mittlerrolle auf den geodesics für alle Paare spielt, desto zentraler ist er nach dem Betweenness-Maß“ (Jansen, 2003, S. 135).

Abbildung 5 zeigt die Struktur der Gesamtdebatte als Netzwerkgraphen auf Organisationsebene. Darin werden die Akteure als *Knoten* entsprechend ihrer Sichtbarkeit gemessen am Outdegree dargestellt. Ihre Farbgebung korrespondiert mit ihrer Gruppenzugehörigkeit. Die Pfeile sind *Kanten* und stellen die Kommunikationsbeziehungen zwischen Sprecher:innen und Adressat:innen in Pfeilrichtung dar. Die Dicke der Pfeile gibt Aufschluss über die Häufigkeit der Beziehung. Die Akteure sind so angeordnet, dass die Pfeillänge möglichst minimiert wird.

Diese Darstellungsweise zeigt, dass die stärksten Kommunikationsadern von der EU-Kommission zu den Plattformen verlaufen. Die EU-Kommission ist ebenfalls der Akteur mit dem höchsten Zentralitätswert (0.15). Dies überrascht nicht und spiegelt die Ergebnisse der Akteursanalysen im vorherigen Kapitel wieder.

Abbildung 5 Hauptkommunikationsadern zwischen Akteuren auf Organisationsebene.



Darstellung: Gephi 0.10.1. Größe der Punkte: Anteil am Gesamtdegree in %, Farbe: nach Akteursgruppe, Pfeile haben die Farbe der ausgehenden Akteure. Beschriftung: alle Akteure mit Gesamtdegree >5. Dicke der Pfeile: Häufigkeit der Kommunikationsbeziehung. Basis: alle Kommunikationsbeziehungen.

Die für die Debatte „typische“ Kommunikationsbeziehung: Die EU-Kommission tritt mit einer hohen Thematisierungskraft in den Diskurs ein und verweist intensiv auf die

Online-Plattformen. Diese besitzen zwar eine hohe quantitative Sichtbarkeit, von ihnen gehen aber keine starken Kommunikationsadern aus. Trotzdem haben Meta (0.05) und die sonstigen Plattformen (0.05) einen überdurchschnittlich hohen Zentralitätswert. Weitere zentrale Akteure sind die Bundesregierung (0.05) und die Landesregierungen (0.04). Auffällig ist dabei, dass die EU-Kommission selten spezifische Online-Plattformen anspricht, sondern am stärksten auf Plattformen im Allgemeinen und auf die VLOPs verweist. Dies deutet darauf hin, dass die Kommission die verschiedenen Intermediäre ähnlich beurteilt und gezielte Verweise auf ein Unternehmen nicht für notwendig erachtet.

Weitere zentrale Kommunikationsadern verlaufen von der Wissenschaft zu den Akteuren auf EU-Ebene insgesamt und der EU-Kommission. Ebenso gibt es starke Kommunikationsbeziehungen mit der EU-Kommission als Adressat ausgehend von den Landesmedienanstalten und der FAZ. Es zeigt sich auch, dass die Kommunikationsbeziehungen kaum zwischen Akteuren innerhalb einer Gruppe verlaufen, sondern sich meist auf Akteure anderer Gruppen beziehen. Dies bestätigt den Befund der Ausgrenzung der Debatte.

Zusammenfassend können durch die Visualisierung des symbolischen Netzwerkes die Ergebnisse der Akteursanalyse bestätigt werden. Die Auswertung des Zentralitätsmaßes ergibt, dass es außer der EU-Kommission kaum zentrale Akteure gibt, die über das Potential verfügen, die Debatte zu prägen. Die meisten Akteure haben daran gemessen wenig Einfluss auf den Inhalt und Verlauf der Debatte. Da die Presse nur über ausgewählte Beziehungskonstruktionen zwischen Akteuren berichtet, die den medialen Filter passieren, lässt die Abwesenheit von Akteuren mit hohen Zentralitätswerten ebenso wie die geringe Dichte des Netzwerkes von 0.06 keinen Schluss auf fehlenden Austausch untereinander und Diskussion miteinander zu.

7.2.2 Disputkonstellationen

Die bisher betrachteten Interaktionsstrukturen zeigen die Beziehungen zwischen Akteuren auf, ohne die Wertung dieser miteinzubeziehen. Da jedoch die Zuweisung von Unterstützung oder Kritik den Charakter einer Beziehung und damit ihrer Funktion im Netzwerk stark beeinflusst, sollen diese nun in die Analyse der Debattenstruktur miteinbezogen werden. Durch solche Analysen ist es möglich, „das mediale Gemeinschaftsbild zu ermitteln“ (Adam, 2007, S. 297). Dazu kann das symbolische Netzwerk aufgeteilt werden

in ein Unterstützungs- und ein Kritiknetzwerk, die durch Unterstützungs- und Kritiklinien miteinander verbunden sind. Dabei handelt es sich um eine nach ihrer Bedeutung gewichtete Aggregation der Wertung einer Kommunikationsbeziehung (Adam, 2007, S. 302).

Ob die Akteure miteinander Koalitionen bilden und wie die Grenzen dieser Koalitionen verlaufen, kann durch die Analyse von Diskurskoalitionen mit clusterbildenden Verfahren ermittelt werden (Adam, 2007, S. 318, 321). Hier wird Adam (2007, S. 320-321) folgend ein hierarchisches Clusterverfahren angewendet, das die Korrelation nach Person als Ähnlichkeitsmaß verwendet. Die Akteure sollen gleichen Gruppen zugeordnet werden, wenn sie ähnlichen Akteuren Unterstützung und Kritik zuweisen. Deshalb wird die Cluster-Methode der Verlinkung zwischen Gruppen verwendet.

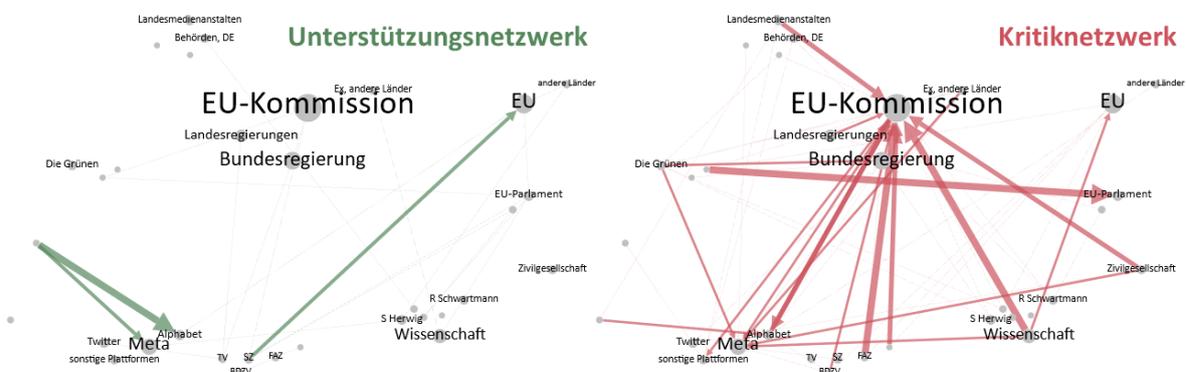
Bei einem Vergleich der Unterstützungs- und Kritiknetzwerke sind deutliche Unterschiede bemerkbar. Da Kritikzuweisungen die Debatte dominieren, sind auch die Kritiklinien zahlreicher und intensiver vorhanden. 77 Kritiklinien stehen nur 28 Unterstützungslinien gegenüber. Dafür gibt es zwei mögliche Erklärungsansätze. Erstens ist es möglich, dass Akteure in der Debatte um den DSA öffentlich keine anderen Akteure und deren Positionen unterstützen. Dafür spricht, dass medienpolitische Debatten und deren Berichterstattung häufig von Negativität und Polarisierung geprägt sind (Maier & Dogruel, 2016, S. 164; Pfetsch, 2003, S. 244). Eine zweite Erklärung wäre, dass Unterstützungsäußerungen es deutlich schwerer haben, den medialen Filter zu passieren, da einerseits die Relevanz des Nachrichtenfaktors Negativität es wahrscheinlicher macht, dass die Presse Äußerungen von Kritik aufgreift. Andererseits ist es auch möglich, dass die Presse diesen „Filterprozess“ bewusst steuert, um die Debatte im eigenen Interesse darzustellen.

Die Unterstützungs- und Kritiknetzwerke können in Abbildung 6 nachvollzogen werden. Wird nun ein Blick auf die einzelnen Linien geworfen, zeigt sich, dass es im Unterstützungsnetzwerk nur drei Unterstützungslinien gibt, die auf mehr als vereinzelt Äußerungen basieren und eine stärkere Bedeutung haben. Zwei dieser Linien verlaufen von Gerichten auf EU-Ebene jeweils zu den Plattformunternehmen Meta und Alphabet. Die Beziehungen, auf denen diese Linien beruhen, sind durch Gerichtsurteile entstanden, in denen diesen VLOPs vor Gericht Recht gegeben wurde. Die dritte zentrale Unterstützungslinie verläuft von der SZ zur EU-Ebene. Die Akteure, die Journalist:innen der SZ dort unterstützen, werden aber nicht näher benannt. Ebenso zeigt sich, dass von der SZ

und der Wissenschaft mehrere Unterstützungslinien zu Akteuren der Legislative, besonders zum EU-Parlament verlaufen.

Das Kritiknetzwerk enthält deutlich mehr starke Kritiklinien. Diese verlaufen ebenso nicht innerhalb der Akteursgruppen, sondern sind nach außen gerichtet. Der häufigste Adressat dieser Linien ist die EU-Kommission, was im Kontext der bisherigen Ergebnisse schlüssig ist. Die Kritik kommt dabei hauptsächlich von der Wissenschaft, den untersuchten Zeitungen in Kommentaren und ihren Verbänden, den Landesmedienanstalten, der Zivilgesellschaft und – wenn auch weniger stark – von den Plattformunternehmen. Eine weitere starke Konfliktlinie verläuft von der Piraten-Partei zum EU-Parlament. Diese Linie kann als innerhalb der Legislative verlaufende Kritiklinie gedeutet werden, da der Sprecher der entsprechenden Claims, Patrick Breyer, Abgeordneter der Partei im EU-Parlament ist. Hierin drückt sich also ein Ausschnitt der parlamentarischen Diskussion zum DSA aus. Dies zeigt, dass die Piratenpartei, die nur mit einem Sitz im EU-Parlament vertreten ist, es schafft, als Sprecher für dieses Thema wahrgenommen zu werden und Kritik zu äußern. Eine Abbildung der parlamentarischen Debatte in der Presse findet darüber hinaus aber nicht statt.

Abbildung 6 Unterstützungs- und Kritiknetzwerke



Darstellung: Gephi 0.10.1. Größe der Punkte: Anteil am Gesamtdegree in %. Beschriftung: alle Akteure mit Gesamtdegree > 5. Dicke der Pfeile: Stärke der Unterstützungs- oder Kritikbeziehung. Basis (links): alle Unterstützungslinien. Basis (rechts): alle Kritiklinien. Eine vergrößerte Darstellung findet sich in Anhang C1.

Da die Analyse des Unterstützungsnetzwerkes zeigt, dass Unterstützungen anderer Akteure kaum öffentlich in der Presse vorkommen, ist eine weitere Möglichkeit, „indirekte“ (Adam, 2007, S. 318) Formen der gegenseitigen Unterstützung durch Diskurskoalitionen mit Hilfe der Clusterbildung aufzudecken. Adam (2002, S. 318) beschreibt das Konstrukt der Koalitionsbildung folgendermaßen: „Eine solche findet dann statt, wenn Akteure aus demselben abgegrenzten Raum denselben Akteuren Kritik und Unterstützung zusprechen

und sich damit von den öffentlichen Äußerungen anderer Akteure unterscheiden“. Um die Ergebnisse besser interpretierbar zu machen, wird ebenfalls Adam (2007, S. 320) gefolgt, indem nur Akteure berücksichtigt werden, deren Gesamtdegree mindestens 3 und deren Outdegree mindestens 1 beträgt. Somit fließen 32 Akteure in den Prozess der Clusterbildung mit ein.

Zur Bestimmung der Clusteranzahl wird auf das Dendogramm (siehe Anhang C2) zurückgegriffen. Zum größten Heterogenitätszuwachs kommt es zwischen der Vierzehn- und der Elf-Clusterlösung. Das heißt, dass das Dendogramm eine Zwölf-Clusterlösung nahelegt. Bei dieser findet die Clusterbildung auf einem Korrelationsniveau von 0.4 statt. Ob die Cluster auch inhaltlich plausibel sind, wird im Folgenden diskutiert.

Wird die Zuteilung der Akteure zu den Clustern betrachtet, zeigt sich, dass zwei größere Cluster gebildet werden, denen jeweils sechs und zehn Akteure zugeordnet werden. Daneben befinden sich fünf Zweier- und Dreiercluster und fünf Akteure außerhalb von Clustern, die jeweils Einzelcluster bilden. Diese sind die EU (unspezifisch), die nicht als ein Akteur gezählt werden kann, sowie der Rat der EU, die Judikative auf EU-Ebene, die Piraten-Partei und die deutschen Behörden.

Am interessantesten ist aber die Prüfung der zwei großen Cluster auf inhaltliche Plausibilität. Das erste Cluster, bestehend aus sechs Akteuren, enthält die Bunderegierung und die Regierungen anderer Länder als Akteure der Exekutive. Außerdem sind die Partei die Grünen, das Bundeskartellamt, Meta und die Zivilgesellschaft enthalten. Diese Akteure haben also strukturell ähnliche Beziehungskonstellationen mit den gleichen Akteuren. Diese Akteure haben gemeinsam, dass sie vor allem die EU-Kommission kritisieren. Wie bisher gezeigt, tun das aber auch viele weitere Akteure. Es zeigt sich in diesem Cluster aber auch eine Sammlung von Akteuren auf Staatsebene in Deutschland und anderer EU-Mitgliedstaaten. Diese Koalitionsbildung, die in den Unterstützungs- und Kritiknetzwerken nicht ablesbar war, lässt hier eine Abgrenzung der Akteure auf Nationalstaatenebene von der EU-Ebene vermuten. Warum Meta in diesem Cluster enthalten ist, lässt sich weder durch die bisherigen Ergebnisse noch durch den bisherigen Forschungsstand erklären. Die strukturelle Ähnlichkeit der Kommunikationsbeziehungen kann aber auch Zufall sein.

Das zweite größere Cluster mit zehn Akteuren enthält die Landesregierungen, die Landesmedienanstalten, Behörden anderer EU-Mitgliedstaaten sowie als mediale Akteure die FAZ, und die beiden Verlegerverbände Bund Deutscher Zeitungsverleger und Medien-

verband der Freien Presse. Des Weiteren sind in dem Cluster die Wissenschaft und die einzeln erfassten Wissenschaftler Torsten J. Gerpott und Stefan Herwig enthalten, außerdem das Plattformunternehmen Alphabet. Auffällig bei diesem Cluster ist, dass viele Akteure entweder in der FAZ Gastbeiträge veröffentlicht haben oder deren politische Aktionen als Claims von Journalist:innen der FAZ in Kommentaren beschrieben wurden. Ersteres ist der Fall bei Tobias Schmid, der Europabeauftragter und Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten ist. Dieser veröffentlichte mit seinem französischen Kollegen Roch-Oliver Maistre, der ebenfalls zu diesem Cluster gehört, einen Gastkommentar. Dies trifft auch auf die Wissenschaftler Torsten J. Gerpott und Stefan Herwig sowie weitere Wissenschaftler:innen zu. Die beiden Verlegerverbände erfüllen zweites, sie werden in Kommentaren in der FAZ zitiert. Die strukturellen Ähnlichkeiten der Kommunikationsbeziehungen der in der FAZ als Gastkommentator:innen auftretenden Akteure und der FAZ selbst lassen eine gezielte Auswahl von Gastkommentator:innen als „opportune Zeugen“ zu und erhärtet die bereits aufgestellte Hypothese, dass die Wissenschaft von der Presse als „opportune Zeugin“ genutzt wird. Dass diese Ähnlichkeiten des argumentativen Vorgehens erst durch die Clusteranalyse gezeigt werden konnten, bestätigt die Erkenntnis, dass „Bewertungen mithilfe opportuner Zeugen und der Auswahl volatiler thematischer Aspekte subtil eingeflochten“ werden (Löblich, 2011, S. 425).

Allerdings muss auch festgehalten werden, dass in der FAZ ebenso Akteure Gastkommentare veröffentlichen, die von ihr stark kritisiert werden, wie beispielsweise EU-Kommissar:innen. Die Verortung der Landespolitik in diesem Cluster ist aufgrund der gemeinsamen Interessenlage mit den Landesmedienanstalten plausibel. Die Verortung von Alphabet hier ist ähnlich wie die von Meta im ersten Cluster wieder nicht erklärbar.

Ein ähnliches Vorgehen als die FAZ zeigt sich für die SZ nicht. Sie wurde einem Dreiercluster mit dem EU-Parlament und Akteuren aus Nicht-EU-Staaten zugeordnet. Die Zuordnung erklärt sich nicht durch die bisherigen Ergebnisse. Die weiteren Akteure sind entweder Zweierclustern zugeordnet oder stehen als einzelne Akteure außerhalb von Clustern.

In den Clustern zeigt sich eine Abgrenzung zwischen Bundes- und Landesebene, die durch die bisherigen Analysen nicht erkenntlich war. Auch scheinen die Plattformen kein gemeinsames Vorgehen zu haben oder sich strategisch zu koordinieren. Die Ergebnisse der Analyse der Unterstützungs- und Kritiknetzwerke und der Clusterbildung zeigen, dass die

SZ politische Akteure eher unterstützt, die FAZ diese, unterstützt durch die Presseverbände, kritisiert.

7.3 Plattformunternehmen in der Presse

Die bisherigen Analysen und Ergebnisse zeigen, dass die Plattformunternehmen hauptsächlich als Adressaten von anderen Akteuren deren Zuschreibungen und Bewertungen ausgesetzt sind. Selbst finden sie in der Pressedebatte bisher nur selten als Sprecher:innen statt. Sie haben somit kaum die Gelegenheit, ihre eigenen Interessen und Positionen in der medialen Öffentlichkeit darzustellen. In der medialen Debatte werden sie von den anderen Akteuren ausgegrenzt, werden von allen Seiten kritisiert, treten aber auch selbst hauptsächlich mit Kritik auf. Unter den verschiedenen Plattformen bestehen keine Kritik- und Unterstützungsbeziehungen. Auch das Ergebnis der Clusteranalyse, dass die Plattformen sehr unterschiedlichen Koalitionen zuordnet, weist nicht auf eine koordinierte Vorgehensweise der Plattformen oder der VLOPs hin. Um herauszufinden, ob sich doch Ähnlichkeiten zwischen dem Auftreten der Plattform oder ihrer Bewertung durch andere Akteure finden lassen, sollen die Ergebnisse in Folgenden für die beiden großen Plattformunternehmen Meta und Alphabet sowie für die weiteren in der Debatte vertretenen Plattformunternehmen dargestellt und zusammengefasst werden. Auch werden hierfür detailliert einzelne Beziehungen betrachtet.

7.3.1 *Meta*

Meta, das Plattformunternehmen, das bisher durch die intensivsten politischen Kommunikationsmaßnahmen aufgefallen ist (Popiel, 2022, S. 137–138), ist auch in dieser Debatte mit einem Gesamtdegree von 3.7% am sichtbarsten und mit einem Outdegree von 2.4% das prominenteste Plattformunternehmen. Das Unternehmen hat mit einem Prestigewert von -8.92 nach der EU-Kommission das negativste Prestige. Meta verortet die Verantwortung zur Plattformregulierung bei der Politik auf EU-Ebene und in der Gesellschaft. Interessant ist, dass nicht nur offizielle Sprecher:innen des Unternehmens in der Presse als Sprecher:innen auftreten, sondern ebenfalls aktuelle und ehemalige Mitarbeiter:innen, die Kritik an dem Unternehmen üben. Darunter ist die Whistleblowerin Francis Haugen, die ebenfalls der EU Verantwortung zuweist. Dafür nutzt sie das moralische Argument, dass die Grundrechte im Internet unzureichend durchgesetzt werden und das ökonomische Argument, das die Kommerzialisierung des Internets und die Ausbeutung von

Nutzer:innendaten als Grundlage des Geschäftsmodells der Intermediäre kritisiert. Auch der ehemalige Chef von Facebook in Australien und Neuseeland kritisiert seinen ehemaligen Arbeitgeber. Dies zeigt, dass Konflikte in dem und Kritik innerhalb des Unternehmens öffentlich und so öffentlichkeitswirksam ausgetragen werden, dass sie den medialen Filter passieren und die Presse darüber berichtet.

Doch Meta wird nicht nur „von innen“ kritisiert, sondern auch von anderen Akteuren. Dabei steht neben dem Unternehmen als Ganzes auch der CEO und Gründer von Facebook Mark Zuckerberg im Fokus. Die zivilgesellschaftliche Organisation Transgender Europe weist Meta Verantwortung zu, ebenso wie Facebook-Mitarbeiter ihrem CEO. Unterstützung bekommt das Unternehmen nur in einem Fall von Stefan Herwig durch eine verbale Äußerung zugesprochen. Außerdem bekommt Meta in zwei Claims vom Verwaltungsgericht Köln Recht zugesprochen. Allerdings sieht sich Meta auch mit einigen Klagen konfrontiert. Diese Klagen machen 8 der 17 Kritikzuweisungen auf Meta aus. Bei den restlichen Kritikzuweisungen handelt es sich um verbale Äußerungen von Akteuren verschiedener Gruppen, Argumente zur Beurteilung des DSA verwenden diese dafür nicht.

7.3.2 Alphabet

Alphabet ist mit einem Gesamtdegree von 1.8% deutlich weniger sichtbar im Pressediskurs und mit einem Outdegree von 1.2% auch weniger prominent. Aber auch das Prestige des Unternehmens ist mit einem Wert von -4.46 weniger negativ.

Alphabet ist nur in fünf Beziehungen ausgehender Akteur und verwendet in zwei davon das ökonomische Argument, dass der DSA zu große Einschränkungen für die Plattformen mit sich bringt, um die EU-Kommission zu kritisieren. In einem Fall weist das Unternehmen der EU im Allgemeinen jedoch auch Unterstützung zu. Das Unternehmen verklagt außerdem die Bundesregierung, was sich in einem Claim widerspiegelt und die Verortung von Alphabet in einem Cluster erklären könnte, das nicht die Bundesregierung enthält, sondern Akteure, die dieser ebenfalls Kritik zuweisen, wie die FAZ.

Alphabet ist in zwölf Beziehungen Adressat, in neun davon Adressat von Kritik. Sieben Beziehungen beruhen auf Klagen von der EU-Kommission oder in den USA oder Gerichtsurteilen, bei denen das Unternehmen vor Gericht verlor. Im Gegensatz zu Facebook, das durch interne Konflikte und Kritik den medialen Filter zu durchbrechen scheint, sind es bei Alphabet hauptsächlich Ereignisse aus dem Bereich der Recht-

sprechung, die Berichterstattung erzeugen. Diese Ereignisse bieten in der Medienpolitik insgesamt häufig Gelegenheit zu Berichterstattung (Pfetsch, 2003, S. 242).

7.3.3 *Andere Plattformen*

Weitere Intermediäre, die über Einzelfälle hinaus in der medialen Debatte über den DSA sichtbar sind, sind Twitter und Telegram.

Twitter wird in einer Beziehung als Sprecher in den Medien dargestellt. Der ehemalige CEO von Twitter, Jack Dorsey, spricht darin dem neuen CEO Elon Musk seine Unterstützung zu. Deshalb ist Twitter mit einem Outdegree von 0.4% auch wenig prominent. Auch ist das Unternehmen mit einem Gesamtdegree von 1.8% im Diskurs kaum sichtbar, ihm wird ebenfalls nur ein geringfügig negativer Prestigewert von -0.64 zugewiesen. Da Twitter nicht als Sprecher auftritt, kann die Problem- und Interessensdefinition nicht beurteilt werden. Twitter wird von der Bundesregierung und der Zivilgesellschaft kritisiert, die EU-Kommission schreibt dem Unternehmen Verantwortung zu, ebenso wie die Landesmedienanstalten. Neben Jack Dorsey unterstützt der US-Moderator Tucker Carlson Twitter. Durch die geringe mediale Sichtbarkeit und Prominenz von Twitter können kaum Aussagen über die Rolle des Unternehmens als Sprecher oder Adressat in der Debatte um den DSA getroffen werden.

Telegram tritt in der untersuchten Debatte nur als Adressat auf und ist mit einem Gesamtdegree von 1.0% kaum sichtbar. In fünf Kommunikationsbeziehungen wird das Unternehmen von der Bundesregierung und den Landesregierungen kritisiert. Argumente zur Beurteilung des DSA werden dabei nicht verwendet. Trotz der geringen Sichtbarkeit hat die Plattform einen negativen Prestigewert von -3.18%, der wegen der ausnahmslos negativen Bewertung im Vergleich stark negativ ist. Nach der EU-Kommission und den VLOPs Meta und Alphabet verfügt Telegram über das negativste Prestige.

Kleinere Plattformunternehmen, die wie andere Akteure die ökonomische Stellung der VLOPs kritisieren (der europäische Reisevermittler Booking.com) und teilweise mit alternativen Geschäftsmodellen in den Wettbewerb treten (die Mozilla Foundation, die unter anderem den freien Webbrowser Firefox betreibt), finden im Pressediskurs nur in Einzelfällen statt, treten dann aber als Sprecher auf. In diesen beiden Fällen wurden Sprecher:innen der Unternehmen sogar interviewt, was auf ein Interesse an alternativen Deutungen und Geschäftsmodellen für Plattformen in Einzelfällen hindeutet.

Es zeigt sich, dass die Plattformen nur in geringem Maße einen Platz in der Debatte über den DSA finden. Dies schaffen nur die VLOPs, die große politische Kommunikationsanstrengungen unternehmen (Popiel, 2022, S. 136) und es im Vergleich dazu doch kaum schaffen, eigene Positionen und Interessens- und Problemdefinitionen in den medialen Diskurs mit einzubringen. Andere Plattformen, besonders nicht-kommerzielle Akteure und solche mit weniger ökonomischen Ressourcen haben kaum eine Chance, überhaupt im Diskurs sichtbar zu sein.

8 Fazit

Die Frage ob und wie Online-Plattformen reguliert werden sollen, stellt sich in Gesellschaft und Politik erst, seitdem die tiefgreifenden Veränderungen von Kommunikationsstrukturen durch die Verbreitung von Plattformen offensichtlicher werden. Dennoch – oder gerade deshalb – findet die Debatte nicht im luftleeren Raum statt, sondern ist stark durch die Historie der etablierten Medienregulierung in Deutschland geprägt. Auch die sich an der Debatte beteiligenden Akteure werden von diesen äußeren Strukturen geprägt, können diese aber durch ihre Beteiligung an der Debatte und ihr politisches Handeln langfristig ebenfalls beeinflussen.

Daher befasst sich die Politik- und Kommunikationswissenschaft nicht mehr nur mit der Analyse verschiedener Regulierungsansätze, sondern erforscht auch die Wechselwirkungen zwischen Diskurs, Akteuren und übergreifenden Strukturen. Daran schließt auch diese Arbeit mit der Frage nach der medialen Darstellung der Debatte um den DSA an. Dabei wird ein Fokus auf die Darstellung der neusten Akteure in der Debatte, den Plattformen, gelegt. Anhand der Darstellung, welche Akteure den Diskurs prägen und wie dieser strukturiert ist, ergeben sich zwei zentrale Erkenntnisse, die Schlüsse auf Thematisierungs- und Definitionsstrategien der Presse zulassen.

Erstens zeigt sich, dass Plattformen in der medialen Debatte um Plattformregulierung eher Regulierungsobjekt als aktive Akteure sind, die ihre Positionen in den Diskurs einbringen können. Zwar sind gerade die Unternehmen Meta und Alphabet mit ihren Online-Plattformen Facebook und Google dort sehr sichtbar, sie können aber kaum mit eigenen Themen und Äußerungen auftreten. Stattdessen wird auf sie fast ausschließlich von anderen Akteuren verwiesen, meist sind sie Adressaten von Kritik. Obwohl die Plattformunternehmen ihre großen ökonomischen Ressourcen nutzen, um vor allem in

Brüssel Lobbying zu betreiben und es auch personelle Überschneidungen zur Politik gibt – Nick Clegg, ehemaliger Vize-Premier Großbritanniens, war im Untersuchungszeitraum Leiter der Unternehmenskommunikation von Facebook (Paul, 2022) – schaffen es die Plattformen bisher anscheinend nicht, sich innerhalb der medialen Strukturen ein „Standing“ zu verschaffen. Kleinere Plattformunternehmen, die wie andere Akteure die ökonomische Stellung der VLOPs kritisieren (der europäische Reisevermittler Booking.com) und teilweise mit alternativen Geschäftsmodellen in den Wettbewerb treten (die Mozilla Foundation, die unter anderem den freien Webbrowser Firefox betreibt), finden im Pressediskurs nur in Einzelfällen statt. Gemeinsam mit der stark polarisierten und von Kritikzuweisungen geprägten Gesamtdebatte werden damit auch kaum alternativen Politikvorschläge eingebracht. Wissenschaftliche Akteure stechen durch ihre besonders negative Bewertung der Plattformen hervor, der von der Presse sehr viel Raum gegeben wird. Es stellt sich die Frage, ob Wissenschaftler:innen sich damit von der Presse zu „opportune[n] Zeugen mit opportunen Argumenten“ (Maier & Dogruel, 2016, S. 163) machen lassen. Da der Forschungsstand aber auch zeigt, dass Wissenschaftler:innen mehrheitlich vor den negativen Einflüssen der „Plattformisierung“ warnen, kann ihre starke Präsenz im medialen Diskurs auch ein Beispiel erfolgreicher Wissenschaftskommunikation sein. Wissenschaftler:innen treten in einer Rolle der Erklärenden auf.

Zweitens zeigen verschiedene Analysen, dass die zentrale Problematik weitgehend einheitlich von den verschiedenen Akteuren als „gemeinsamer Problemraum“ (Adam, 2007, S. 297) definiert wird. Die starke Verwendung normativer Argumente framet Plattformen als Gefahr für die Demokratie. Die Eignung des DSA als Lösung für dieses Problem wird allerdings verschieden bewertet. Die Akteure finden sich in zwei „symbolischen“ Koalitionen mit unterschiedlicher Bewertung des DSA wieder. Die erste Diskurskoalition, in der sich auch viele Akteure der Exekutive befinden, die am Gesetzgebungsprozess beteiligt waren, und die SZ sehen den DSA als Erfolgsmodell oder zumindest als Verbesserung des „Status quo“ der Plattformregulierung in Europa an. Das Cluster um die FAZ bewertet den DSA dagegen kritischer. Obwohl in den Prozess der Clusterbildung die Kommunikationsbeziehungen zwischen den Akteuren und nicht die von ihnen verwendeten Argumente für oder gegen den DSA einfließen, finden sich Akteure, die den DSA ähnlich bewerten auch in ähnlichen Clustern wieder. Dabei scheint die Gruppenzugehörigkeit eine geringe Rolle zu spielen, was gegen eine Abschottung einzelner Akteursgruppen spricht.

Inwieweit diese durch die Presse vermittelten Koalitionen auf der Auswahl von Akteuren der jeweiligen Zeitungen basieren oder tatsächliche Koordination und gemeinsame strategische Ausrichtung zwischen ihnen widerspiegeln, kann durch diese Arbeit nicht beantwortet werden.

Die Kombination der Theorie des *Discursive Media Institutionalism* mit der Methode der symbolischen Netzwerkanalyse zeigt sich geeignet, um die komplexen Wechselbeziehungen zwischen Akteuren und der öffentlichen medialen Debatte untersuchen zu können. In dieser Arbeit konnte nur ein kleiner Teil der Kontexte einbezogen und beleuchtet werden, der die untersuchte Medieninstitution ausmacht. Auswirkungen der Debatte auf andere Diskursräume und andere Akteure sowie die Makro-Kontexte wurden nicht untersucht.

Daneben gelten weitere Limitationen. Journalist:innen wurden nur als Akteure aufgefasst, wenn ihre Artikel als Kommentar gekennzeichnet und eine Meinungsäußerung damit klar ersichtlich waren. Claims, bei denen Meinungen in Hintergrundartikeln oder anderen Textformen enthalten sind, konnten so nicht aufgegriffen werden. Da hierbei auch Leser:innen journalistische Meinungsäußerungen in diesen Textformen nicht erwarten, könnten versteckte Meinungsäußerungen hier besonders wirkungsvoll sein, sind aber nicht in die Analyse miteinbezogen worden. Auch sind die Ergebnisse der Studie vor allem deskriptiv. Um einen möglichen Wandel erkennen zu können, wäre ein Vergleich über verschiedene Zeiträume oder um die Auswirkungen verschiedener Makro-Kontexte einzubeziehen, nötig. Besonders ein Zeitvergleich der symbolische Netzwerke vor und nach den disruptiven Veränderungen in der Plattformregulierung von 2016 wäre geeignet dafür.

Die Methode der symbolischen Netzwerkanalyse eignet sich besonders gut für Ländervergleiche, da Akteure, Positionen (Koopmans & Statham, 1999, S. 210) und Netzwerke verglichen werden können, besonders interessant ist das bei Themen, die auf europäischer Ebene verhandelt werden. Um die Methode der symbolischen Netzwerkanalyse weiterzuentwickeln, wäre eine Anpassung und Weiterentwicklung netzwerkanalytischer Maße sinnvoll. Die berechneten Zentralitätswerte sind wenig aussagekräftig, Prestige drückt dieselbe strukturelle Wirkung der Akteure auf das Netzwerk aus und ist aussagekräftiger. Ob eine Anpassung weiterer Maße an die Bedürfnisse der symbolischen Netzwerkanalyse möglich ist, kann durch Methodenarbeiten erforscht werden.

Anhang A Codebuch

Abkürzungen:

MS Mitgliedstaaten

DSA Digital Services Act

A1 Definitorischer Rahmen

Untersuchungsziel

Ziel dieses Forschungsprojektes ist es, die Akteursrollen und Sprecher*innen in der Debatte um den Digital Services Act (DSA) zu untersuchen. Hierfür wird eine quantitative Inhaltsanalyse von Zeitungsartikeln in Form einer symbolischen Netzwerkanalyse durchgeführt. Dadurch sollen Claims identifiziert werden, in denen Sprecher*innen Verantwortlichkeiten, Kritik und Unterstützung an die Adressat*innen richten. Zudem sollen die Frames der Sprecher*innen erfasst werden. Basierend auf diesen Ergebnissen sollen dann die Rollen der verschiedenen Akteure im Diskurs analysiert werden.

Definition der Auswahleinheit

Ausgewählt werden Zeitungsartikel der Tageszeitungen taz, Süddeutsche Zeitung (SZ), Frankfurter Allgemeine (FAZ) und Die Welt (Welt) aus dem Zeitraum beginnend mit dem Juli 2019 bis Ende Oktober 2022. Die Artikel werden aus der wiso-Datenbank⁶ (für taz, Welt) sowie den Online-Archiven der Süddeutschen Zeitung⁷ und der Frankfurter Allgemeinen⁸ abgerufen, sofern sie die Suchbegriffe "*digitale-dienste-gesetz*" OR "*digital services act*" OR "*Gesetz über digitale Dienste*" enthalten. Beilagen oder Sonderausgaben werden nicht berücksichtigt. Außerdem werden Leser*innenbriefe ausgeschlossen. Einbezogen werden aber sowohl die Print- als auch die Onlineausgaben. Wenn identische Artikel in beiden Formaten erscheinen, wird nur der Printartikel ausgewählt. Dies gilt auch dann, wenn die Überschriften unterschiedlich sind, der Text aber übereinstimmt.

Definition der Analyseeinheit

Das vorliegende Codebuch gibt Handlungsanweisungen für die symbolische Netzwerkanalyse von Zeitungsartikeln. Die Kodierung findet auf zwei Ebenen statt. Die erste

⁶ Die wiso-Datenbank ist unter dem folgenden Link abrufbar: <https://www.wiso-net.de/>

⁷ Das SZ Archiv ist unter dem folgenden Link abrufbar: <http://librarynet.szarchiv.de/>

⁸ Das F.A.Z.-Bibliotheksportal ist unter dem folgenden Link abrufbar: <http://www.faz-biblionet.de>

Analyseeinheit bildet der Zeitungsartikel, die anschließende Kodierung findet auf Claimsebene statt. Dabei werden die Claims durch die Kodierung selbst erst ermittelt. Das Codebuch gliedert sich demnach in zwei Teile:

- A. Für die Variablen AMEDIUM bis AHAUPTT wird ein Artikel analysiert. Einbezogen werden müssen dafür in jedem Fall die Überschrift, Unterüberschrift und/oder Teaser, Datum, Autor*innen sowie Informationen über Ressort und Textgattung sofern vorhanden. Um Gattung und Hauptthema zu bestimmen, muss das erste Drittel des Artikels gelesen werden.
- B. Für die Variablen CNUM bis FRAME wird ein Claim analysiert, der zunächst in einem Artikel identifiziert werden muss (siehe: „Wie ein Claim aufgebaut ist“). Dafür wird der gesamte Artikel gelesen. Bilder, Videos und andere zusätzliche Medien werden nicht miteinbezogen, Bildunterschriften aber schon. In einem Artikel können mehrere Claims identifiziert werden.

Definition der Kontexteinheit

- A. Es wird der Artikel als Kontexteinheit festgelegt. Sofern verfügbar kann die gesamte Zeitungsseite zum besseren Verständnis und um benötigte Informationen zu erhalten hinzugezogen werden.
- B. Es wird der Claim als Kontexteinheit festgelegt, der Inhalt des gesamten Artikels kann zum besseren Verständnis und zur Einordnung des Claims hinzugezogen werden.

Erläuterungen zum Vorgehen beim Kodieren

Nach der Auswahl der zu kodierenden Artikel werden in einem ersten Schritt die Variablen auf Artikelebene kodiert. Anschließend wird je Artikel die Kodierung auf Claimsebene vorgenommen. Dafür muss der Artikel zunächst komplett gelesen werden, bevor die einzelnen Claims identifiziert und kodiert werden.

Fehlende Werte

Fehlende Werte werden durch den Code „99“ oder eine der Zifferanzahl des Codes entsprechende Zahl an „9“ markiert.

Vorstudie

Zur Ermittlung der in der Berichterstattung auftretenden Argumente für oder gegen den DSA wird eine qualitative Framinganalyse nach Entman (1993) durchgeführt. Dabei werden Argumente aus der Kombination der Frameelemente Problemdefinition und

Bewertung identifiziert. So sollen typische Argumente in der Berichterstattung ermittelt werden. Als Kategorien der Problemdefinition dienen zu Beginn die von Semetko und Valkenburg (2000) ermittelten generischen Frames: Verantwortung, Moral/Recht/Ethik, Konflikt, ökonomische Konsequenz und Human Interest. Diese Problemdefinitionen können im Laufe der Vorstudie verfeinert und ergänzt werden. Die Bewertung ist in die Kategorien negativ, neutral und positiv unterteilt und bezieht sich auf den DSA als Problemlösung. Grundlage für die Vorstudie sind 20 zufällig aus der Auswahleinheit ausgewählte Artikel. Ziel der Vorstudie ist es, die so auf Aussageebene ermittelten Argumente als Ausprägungen für die Variable ARG in das Codebuch zu übernehmen.

Kategoriensystem:

1. Problemdefinition

1.1. Verantwortung

Thema oder Problem wird so dargestellt, dass Verantwortung für das Auftreten oder die Problemlösung dem Staat, einem Individuum oder einer Gruppe zugeschrieben wird (Semetko & Valkenburg, 2000, S. 96).

1.2. Moral/Recht/Ethik

Stellt das Ereignis, Thema oder Problem in den Kontext einer moralischen oder rechtlichen Bewertung; tritt bei Kommentaren vermutlich häufiger auf als in allgemeiner Berichterstattung (Semetko & Valkenburg, 2000, S. 96).

1.3. Konflikt

Konflikt zwischen Individuen, Gruppen und Institutionen im Vordergrund der Berichterstattung (Semetko & Valkenburg, 2000, S. 95).

1.4. Ökonomische Konsequenz

Berichterstattung hauptsächlich über die ökonomischen Konsequenzen, die ein Ereignis, Thema oder Problem auf ein Individuum, eine Gruppe, eine Institution, eine Region oder ein Land haben wird (Semetko & Valkenburg, 2000, S.96).

1.5. Human Interest

Mensch/Gesicht oder Emotionen im Zentrum der Berichterstattung über Ereignis, Thema oder Problem; Personalisierung, Dramatisierung oder Emotionalisierung der Nachricht, um Aufmerksamkeit der Leser*innen zu bekommen (Semetko & Valkenburg, 2000, S. 95-96).

1.6. Sonstiges

2. Bewertung

2.1. Negativ

Der DSA wird negativ bewertet. Er wird nicht als geeignet erachtet, um das angesprochene Problem (siehe „Problemdefinition“) zu lösen.

2.2. Neutral

2.3. Positiv

Der DSA wird positiv bewertet. Er wird als geeignet erachtet, um das angesprochene Problem (siehe „Problemdefinition“) zu lösen.

Vorläufig identifizierte Argumente:

Code	Problemdefinition	Bewertung
10	<i>Verantwortung</i>	
11	<i>Plattformen nehmen eigene Verantwortung nicht wahr</i>	<i>DSA positiv bewertet</i>
12	<i>Mangelnde Handlungsbereitschaft der Gesetzgeber</i>	<i>DSA positiv bewertet</i>
13	<i>Mitgliedstaaten haben zu wenig Mitspracherecht ggü EU</i>	<i>DSA negativ bewertet</i>
14	<i>EU-Kommission hat zu wenig Mitspracherecht ggü Mitgliedstaaten</i>	<i>DSA negativ bewertet</i>
20	<i>Moral/Recht/Ethik</i>	
21	<i>Unzureichende Durchsetzung von Grundrechten</i>	<i>DSA neutral bewertet oder keine Bewertung</i>
22	<i>Mangelnde Staatsferne der Plattformaufsicht</i>	<i>DSA negativ bewertet</i>
23	<i>Viele illegale Inhalte auf Plattformen</i>	<i>DSA positiv bewertet oder keine Bewertung</i>
24	<i>AGBs der Plattformen stehen über Recht</i>	<i>DSA negativ bewertet</i>
25	<i>Willkürliche Plattformzensur in illiberalen Mitgliedstaaten möglich</i>	<i>DSA negativ bewertet</i>
30	<i>Konflikt</i>	
31	<i>(Versuche der) Einflussnahme verschiedener Interessengruppen</i>	<i>Keine Bewertung</i>
40	<i>Ökonomische Konsequenz</i>	
41	<i>Kommerzialisierung des Internets, Datenausbeutung</i>	<i>DSA positiv oder neutral bewertet</i>
42	<i>Wettbewerbsnachteile für europäische Plattformen</i>	<i>DSA negativ bewertet</i>
50	<i>Human Interest</i>	
51	<i>Besonders Frauen sind digitaler Gewalt ausgesetzt</i>	<i>Keine Bewertung</i>
60	<i>sonstiges</i>	

A2 Variablensystem

Benötigte Variablen

Wie ein Claim aufgebaut ist

Zeit – Ort – **Sprecher*in** – **Aktionsform** – **Adressat*in** – Thema – Betroffene – **Wertung**

Ein Claim wird dabei definiert als „strategische Aktion, mit der ein Sprecher seiner politischen Meinung öffentlich Ausdruck verleiht“ (Adam, 2008, S. 183). Abgegrenzt wird ein Claim durch die „strategische, politische *Aktion* eines Sprechers“ (Adam, 2008, S. 183).

Struktur	Zeit & Ort	Sprecher*in	Aktionsform	Adressat*in	Thema	Betroffene	Wertung
Frage	Wann und wo?	Wer?	Wie?	An wen?	Was?	Für oder gegen wen?	Warum?
Variablen		SPRE_E SPRE_N	AKTION	ADR_E ADR_N			WERT FRAME

Auf Articlebene

Medium **AMEDIUM**

Hier wird der Name der Zeitung, in der ein Artikel veröffentlicht ist, festgehalten.

- 1 taz
- 2 SZ
- 3 FAZ
- 4 Welt

Artikelnummer **ANUM**

Hier wird die zweistellige Artikelnummer festgehalten. Sie wird im Medium fortlaufend vergeben.

Überschrift **ATITEL**

Hier wird die Überschrift des Artikels in voller Länge festgehalten.

Anmerkung: nur die Hauptüberschrift mit der größten Schrift

Erscheinungsdatum

Hier wird das Erscheinungsdatum des Artikels festgehalten, dabei werden Tag, Monat und Jahr jeweils in einzelnen Variablen kodiert. Das genutzte Datumsformat ist TT.MM.JJJJ.

Tag **ATAG**

Monat **AMONAT**

Jahr **AJAHR**

Genre **AGEN**

Hier wird das journalistische Genre des Artikels festgehalten.

- 1 Meldung
Eine Meldung wird definiert durch die Merkmale Aktualität (informiert über ein aktuelles Ereignis, das gerade stattfindet oder erst kürzlich stattgefunden hat), Kürze (kurz und prägnant) und Sachlichkeit (objektiv und frei von Meinungen oder Kommentaren).
- 2 Hintergrundbericht
Ein Hintergrundbericht wird definiert durch die Merkmale Länge (bis zu mehreren Seiten), analytische Tiefe (umfassende Analyse und Interpretation eines Themas), Recherche⁹ (Verweis auf gründliche Recherche und Experteninterviews) und Kontextualisierung (innerhalb größerer politischer, sozialer oder kultureller Zusammenhänge). Außerdem kann die Meinung der Autor*innen enthalten sein.
- 3 Interview
Bei einem Interview handelt es sich um eine dialogische Textform, Fragen und Antworten werden abgedruckt.
- 4 Meinung/Kommentar/Leitartikel/Essay
Um als Meinungsartikel, Kommentar, Leitartikel oder Essay zugeordnet zu werden, muss der Artikel in der Zeitung als solches gekennzeichnet werden.
- 5 Meinung/Kommentar extern
z. B. Gastkommentar, Meinungsartikeln von Autor*innen außerhalb der Redaktion. Externe Autor*innen sind dadurch erkennbar, dass sie als Autor*innen vorgestellt werden, z.B. in kleinen Informationskästen.
- 6 sonstiges

⁹ Beispiel: „Wir haben uns dazu bundesweit ungehört“ (3_55)

Zur Unterscheidung von „Meldung“ und „Hintergrundbericht“: Meldung muss aktuelles Ereignis, auf das es sich bezieht, im Titel, Untertitel oder Teaser nennen. Dieses steht auch im Zentrum des Artikels.

Ressort **ARES**

Hier wird das Ressort festgehalten, in dem der Artikel platziert ist. Ressortbezeichnungen der Zeitungen, die den hier genannten Ausprägungen nicht entsprechen, werden dem passendsten Ressort zugeordnet. Ist keine Zuordnung möglich, wird „6“ kodiert.

- 1 Wirtschaft¹⁰
- 2 Politik
- 3 Feuilleton¹¹
- 4 Medien
- 5 Meinung¹²
- 6 sonstiges¹³

Autor*in **AAUT1; AAUT2; AAUT3**

Hier werden die Autor*innen der Zeitungsartikel festgehalten. Es gilt die Reihenfolge der Nennung im Artikel. Bis zu drei Autor*innen werden festgehalten.

Hauptthema **AHAUPTT**

Hier wird festgehalten, ob der Digital Services Act Hauptthema des Artikels ist. Dies wird dadurch identifiziert, dass mindestens einer der Begriffe „Digital Services Act“, "Digitale-Dienste-Gesetz", "Gesetz über digitale Dienste" oder „Gesetz über digitale Dienstleistungen“ in der Überschrift, der Unterüberschrift/dem Teaser oder den ersten beiden Absätzen des Artikels vorkommt.

- 0 nein
- 1 ja

¹⁰ Bei der taz heißt das Ressort „Wirtschaft und Umwelt“. Die Ressorts „Unternehmen“ und „Beruf und Chance“ der FAZ werden hier zugeordnet.

¹¹ Hier wird das Ressort „Gesellschaft“ der taz miteinbezogen, ebenso das Ressort „Kultur“ der Welt.

¹² Bei der Welt heißt das Ressort „Forum“.

¹³ Hier wird das Ressort „Digitech“ der taz zugeordnet.

Anmerkung: Es wird auch „1“ kodiert, wenn der Digital Services Act gemeinsam mit dem Digital Markets Act das Hauptthema des Artikels darstellt, diese also gleichberechtigt im Fokus des Artikels stehen.

Auf Claimsebene

Zur Abgrenzung eines Claims:

- Claims müssen von Plattformregulierung handeln, aber nicht unbedingt von DSA im Speziellen.
- Beispiel für das Aufgreifen und das Nicht-Aufgreifen von Claims: Zurückweisungen von Facebook gegen Klagen in den USA (Claim, da konkrete Aussage -> Aktion, Adressat benannt); Klage in Deutschland (kein Claim, da nur Zurückweisung der Anschuldigungen, aber sonst keine Claimelemente vorhanden). (01_02)
- Beispiel für das Nicht-Aufgreifen eines Claims: Journalistin Kara Swisher über Marc Zuckerberg (kein Claim, da sie zwar über Zuckerberg spricht, ihre Äußerung aber nur eine Charakterbeschreibung und keine Bewertung enthält) (2_14)
- Wird ein Akteur wörtlich in Anführungszeichen zitiert, so ist von einer politischen Aktion auszugehen, auch wenn nähere Umstände (wann, wo) nicht gegeben sind.

Medium

AMEDIUM

Hier wird der Name der Zeitung, in der der Artikel veröffentlicht ist, der den zu kodierenden Claim enthält, festgehalten.

- | | |
|---|------|
| 1 | taz |
| 2 | SZ |
| 3 | FAZ |
| 4 | Welt |

Artikelnummer

ANUM

Hier wird die Nummer des Artikels, der den zu kodierenden Claim enthält, festgehalten, wie sie auf Artikelebene festgelegt wurde.

Claimnummer **CNUM**

Hier wird die zweistellige Claimnummer festgelegt. Sie wird im Artikel fortlaufend vergeben.

Sprecher*in – Ebene **SPRE_E**

Pro Claim können bis zu drei Sprecher*innen codiert werden. Die Autor*innen können nur selbst als Sprecher*innen in einem Claim codiert werden, wenn der Artikel in der Kategorie AGEN als Meinungsartikel (4) oder Gastkommentar (5) codiert wurden.

- 1000 Politik (unspezifiziert)
 - 1010 EU
 - 1020 Deutschland
 - 1090 sonstiges
- 1100 Regierung/Exekutive
 - 1110 EU (EU-Kommission)
 - 1120 Deutschland
 - 1190 sonstiges
- 1200 Legislative
 - 1210 EU (EU-Parlament und Rat der EU)
 - 1220 Deutschland
 - 1290 sonstiges
- 1300 Judikative
 - 1310 EU
 - 1320 Deutschland
 - 1390 sonstiges
- 1400 andere staatliche Behörden und Einrichtungen¹⁴
 - 1410 EU
 - 1420 Deutschland
 - 1490 sonstiges
- 1500 Politische Parteien¹⁵

¹⁴ Z. B. Landesmedienanstalten, Kartellbehörde

¹⁵ Mitglieder politischer Parteien werden hier codiert. Das gilt auch für solche mit aktivem politischem Mandat, die gleichzeitig Teil der Legislative sind. Die Rolle als Parteimitglied wird priorisiert.

- 2000 („klassische“) Medien und Journalist*innen
 - 2100 taz
 - 2200 SZ
 - 2300 FAZ
 - 2400 Welt
 - 2900 sonstiges¹⁶
- 3000 Plattform- und Social Media-Unternehmen
 - 3100 Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp)
 - 3200 Alphabet (Google)
 - 3300 Twitter
 - 3900 sonstiges
- 4000 Expert*innen/Wissenschaft
- 5000 zivilgesellschaftliche Akteur*innen
- 10 unbekannt, z. B. „alle“, „man“¹⁷

Anmerkung: Die Liste wird durch eine Vorstudie von 20 zufällig aus dem Untersuchungsgegenstand ausgewählten Artikeln geprüft, erweitert und verfeinert.

*Wenn ein Claim von mehreren Sprecher*innen gemacht wird, dann wird wie folgt priorisiert: 1) Sprecher*innen, die als „Leiter*innen“, „Organisator*innen“ oder „Sprecher*innen“ bezeichnet werden, werden priorisiert, außer sie machen selbst keine Claims. 2) Organisationen, Institutionen und Repräsentant*innen werden gegenüber informellen Gruppen und Individuen bevorzugt. 3) Aktive Akteure oder Sprecher*innen werden gegenüber passiven Gruppen priorisiert. Wenn auch nach Beurteilung durch diese Kriterien mehreren Sprecher*innen die gleiche Priorität zugesprochen wird, so ist die Reihenfolge der Nennung im Artikel entscheidend. Wenn für eine*n Sprecher*in mehrere Rollen genannt werden, so ist die zuerst genannte Rolle entscheidend.*

Sprecher*in SPRE_N

Hier wird Name und/oder Bezeichnung der*s Sprecher*in kurz benannt. Außerdem können Informationen über die Institution und das Land, sofern im Artikel benannt, angegeben

¹⁶ Branchenverbände, die die Interessen der Verleger und Medien vertreten, werden hier codiert.

¹⁷ Kann nur für Adressat:innen codiert werden.

werden, i. d. R. in der Form *Vorname Nachname, Funktion, Institution, Länderkürzel*. Pro Claim können bis zu drei Sprecher*innen kodiert werden.

Anmerkung: Offene Liste. Nachdem in allen Artikeln alle Claims erfasst wurden, werden mögliche Unterschiede bei der Benennungen angeglichen.

Aktionsform AKTION

Hier wird festgehalten, auf welcher Aktionsform der Claim basiert.

- 1 verbale Äußerung
- 2 politische Entscheidung
- 3 politische Umsetzung
- 4 Klage/Gerichtsentscheidung
- 5 Demonstration¹⁸
- 6 anderes

Anmerkung: Als politische Entscheidungen werden politische Aktionen codiert, bei denen ein Gesetz politisch beschlossen wird oder eine politische Einigung stattfindet. Als politische Umsetzung wird codiert, wenn Gesetze in Kraft treten. Klagen von exekutiven Akteuren werden als Klage und nicht als politische Entscheidung codiert.

Adressat*in – Ebene ADR_E

Pro Claim können bis zu drei Adressat*innen codiert werden. Es wird die gleiche Systematik der Variablen genutzt wie bei Sprecher*in (SPRE_E).

Anmerkung: Die Liste wird analog zu SPRE_E durch eine Vorstudie von 20 zufällig aus dem Untersuchungsgegenstand ausgewählten Artikeln geprüft, erweitert und verfeinert.

*Wenn es mehrere Adressant*innen in einem Claim gibt, haben Organisationen, Institutionen und Repräsentant*innen Priorität vor informellen Gruppen und Individuen. Wenn auch nach Beurteilung durch dieses Kriteriums mehreren Sprecher*innen die gleiche Priorität zugesprochen wird, so ist die Reihenfolge der Nennung im Artikel entscheidend.*

¹⁸ Umfasst verschiedene Formen der politischen Beteiligugn/Aktivismus, z. B. auch Petitionen (02_20).

Adressat*in **ADR_N**

Hier wird Name oder Bezeichnung der*s Adressat*in kurz benannt. Außerdem können Informationen über die Institution und das Land, sofern im Artikel benannt, angegeben werden, i. d. R. in der Form *Vorname Nachname, Funktion, Institution (Abkürzung), Länderkürzel*. Pro Claim können bis zu drei Adressat*innen codiert werden.

Anmerkung: Offene Liste. Nachdem in allen Artikeln alle Claims erfasst wurden, werden mögliche Unterschiede bei der Benennungen angeglichen.

Wertung **WERT**

Die Wertung bezieht sich auf die von Sprecher*innen im Claim getroffene Bewertung der Adressat*innen.

- 1 Kritik¹⁹
- 0 neutrale Verantwortungszuschreibung²⁰
- 1 Unterstützung

Argument **ARG**

Hier wird das im Claim enthaltene Argument kodiert. Pro Claim können mehrere Argumente kodiert werden. Die Claims werden direkt den Argumenten und nicht den Oberkategorien zugeordnet. Treten während der Kodierung weitere Argumente auf, so wird „sonstiges“ kodiert und werden die entsprechenden Textstellen der Problemdefinition und Bewertung bei der Kategorie „ARGsonst“ kodiert und anschließend an die Kodierung ggf. neue zusätzliche Argumente gebildet. Genauere Beschreibungen der Argumente können im Abschnitt „Vorstudie“ eingesehen werden.

- 10 Verantwortung
- 11 Plattformen nehmen eigene Verantwortung nicht wahr – DSA positiv bewertet
- 12 Mangelnde Handlungsbereitschaft der Gesetzgeber – DSA positiv bewertet

¹⁹ Wenn jemand jemanden verklagt (AKTION=4), ist davon auszugehen, dass WERT=-1. (01_02)

²⁰ Claim enthält politische Forderungen, die an Adressaten gerichtet sind, z. B. Petition, Brandbrief (02_02, 02_20). Oder auch Formulierungen wie „Akteur X fordert Y von Akteur Z“ (02_02) oder „Diese Plattformen werden dazu verpflichtet ...“ (01_26)

- 13 MS haben zu wenig Mitspracherecht ggü EU – DSA negativ bewertet
- 14 EU-Kommission hat zu wenig Mitspracherecht ggü MS – DSA negativ bewertet
- 20 Moral/Recht/Ethik
- 21 Unzureichende Durchsetzung von Grundrechten – DSA neutral bewertet oder keine Bewertung
- 22 Mangelnde Staatsferne der Plattformaufsicht – DSA negativ bewertet
- 23 Viele illegale Inhalte auf Plattformen – DSA positiv bewertet oder keine Bewertung
- 24 AGBs der Plattformen stehen über Recht – DSA negativ bewertet
- 25 Willkürliche Plattformzensur in illiberalen Mitgliedstaaten möglich – DSA negativ bewertet
- 26 *Meinungsvielfalt gefährdet – DSA negativ bewertet*
- 30 Konflikt
- 31 (Versuche der) Einflussnahme verschiedener Interessengruppen – Keine Bewertung
- 40 Ökonomische Konsequenz
- 41 Kommerzialisierung des Internets, Datenausbeutung – DSA positiv oder neutral bewertet
- 42 Wettbewerbsnachteile für europäische Plattformen – DSA negativ bewertet
- 43 *große Plattformen haben zu große Marktmacht – DSA positiv bewertet*
- 44 *zu große Einschränkungen für Plattformen – DSA negativ bewertet*
- 50 Human Interest
- 51 Besonders Frauen sind digitaler Gewalt ausgesetzt – Keine Bewertung
- 52 *Minderjährige sind besonders schutzbedürftig – DSA negativ bewertet*
- 60 sonstiges

Anmerkung: Die Liste der Argumente wird durch eine qualitative Vorstudie von 20 zufällig aus dem Untersuchungsgegenstand ausgewählten Artikeln definiert.

Argumente werden nur kodiert für Claims, die sich auf den Digital Services Act beziehen.

Weitere Argumente **ARGsonst**

Siehe „ARG“. Hier werden die Textstellen für neu auftretende Problemdefinitionen bezogen auf den DSA und – wenn vorhanden – die entsprechende Bewertung des DSA festgehalten. Getrennt werden Problemdefinition und Bewertung durch ein Semikolon.

Tabellarische Übersicht über die Variablen

Artikelebene:

AMEDIUM

ANUM

ATITEL

ATAG

AMONAT

AJAHR

AGEN

ARES

AAUT1

AAUT2

AAUT3

AHAUPTT

Claim ebene:

ANUM

CNUM

SPRE_E

SPRE_N

AKTION

ADR_E

ADR_N

WERT

ARG

ARGsonst

Bei der Erstellung des Codebuchs wurde sich orientiert an folgendem Codebuch:

Koopmans, R. (2002). Codebook for the analysis of political mobilization and communication in European public spheres. Europub.com.

Literatur:

Adam, S. (2008). Medieninhalte aus der Netzwerkperspektive. *Publizistik*, 53(2), 180–199. <https://doi.org/10.1007/s11616-008-0074-x>

Entman, R. M. (1993). Framing. Towards Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51–58.

Semetko, H. A. & Valkenburg, P. M. V. (2000). Framing European politics. A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 50 (2), 93–109.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>

Anhang B Tabellen

B1 Häufigkeit der Wertungen

Wertung	Anzahl	Prozent*
Kritik	119	48,4%
Neutrale Verantwortungszuschreibung	89	36,2%
Unterstützung	38	15,4%
Σ	246	100,0%

Basis: alle Kommunikationsbeziehungen Beziehungen, *Spaltenprozentuierung.

B2 Anzahl Claims pro Artikel je Zeitung

Zeitung	Anzahl Artikel mit x Claims								Ø
	x=0	x=1	x=2	x=3	x=4	x=5	x=6	x=7	
taz	11	18	2	3		2			1,14
SZ	14	13	9	3			1		1,15
FAZ	26	40	17	4	3		1	1	1,21
Welt	12	9		1					0,55
Σ	63	80	28	11	3	2	2	2	N=190

Basis: alle Artikel.

B3 Häufigkeit, mit der der DSA Hauptthema des Artikels ist

Zeitung	Hauptthema		Nicht Hauptthema	
	Anzahl	Prozent*	Anzahl	Prozent*
taz	13	36,1%	23	63,9%
SZ	11	27,5%	29	72,5%
FAZ	32	34,8%	60	65,2%
Welt	10	45,5%	12	45,5%
Σ	66	34,7%	124	65,3%

Basis: alle Kommunikationsbeziehungen. N=190. *Zeilenprozentuierung.

B4 Anzahl der Artikel zum DSA je Zeitung

Zeitung	Anzahl	Prozent
taz	36	18,9%
SZ	40	21,1%
FAZ	92	48,4%
Welt	22	11,6%
Σ	190	100,0%

Basis: alle Artikel.

B5 Häufigkeiten der Aktionsformen

Aktionsform	Anzahl	Prozent*
Verbale Äußerung	206	83,7%
Politische Entscheidung	12	4,9%
Politische Umsetzung	4	1,6%
Klage/Gerichtsentscheidung	23	9,3%
Demonstration	1	0,4%
Σ	246	100,0%

Basis: alle Beziehungen. *Spaltenprozentuierung.

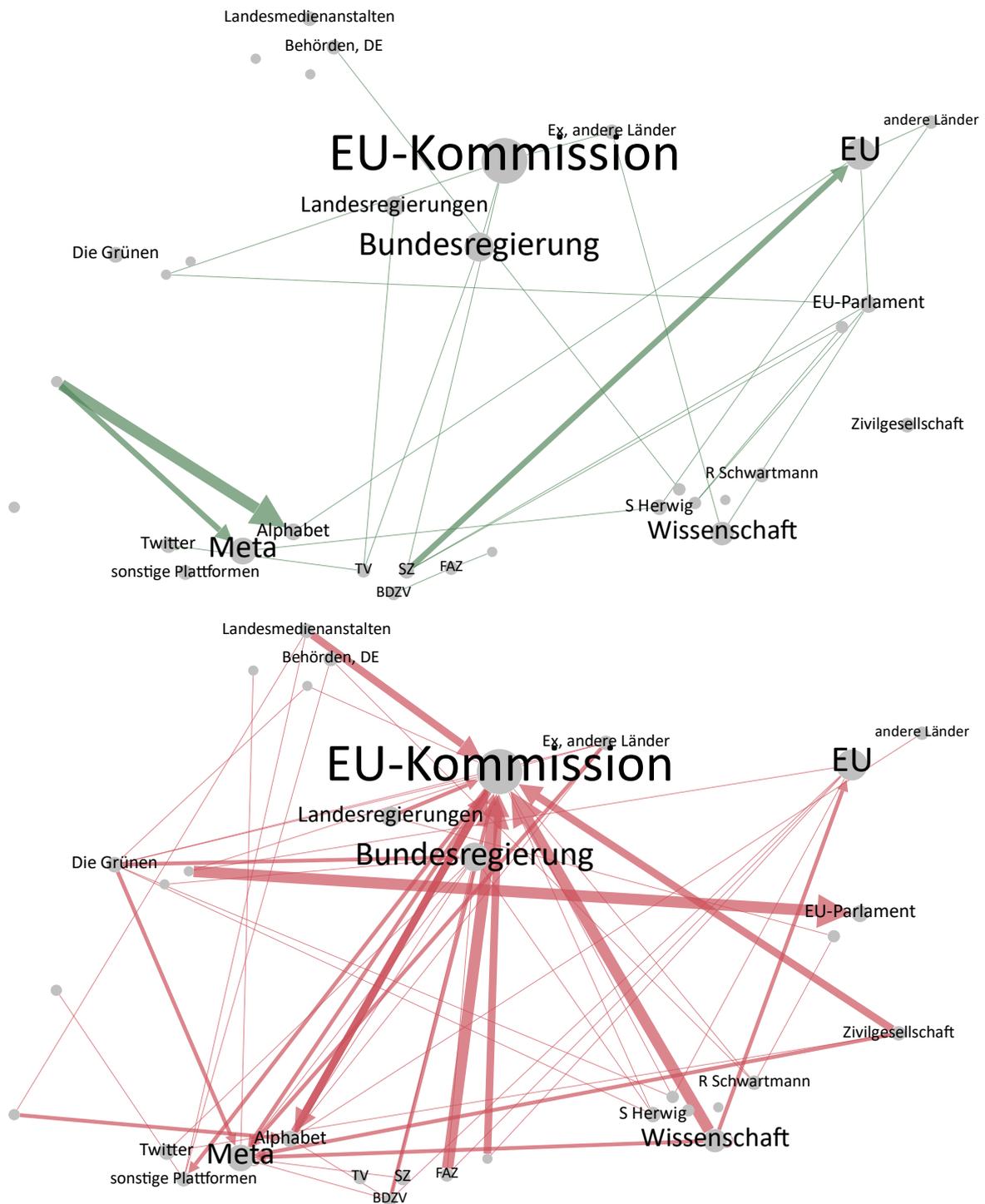
B6 Häufigkeit der journalistischen Genres je Zeitung

Zeitung	Meldung	Hintergrund	Interview	Meinung	Meinung ext.
taz	16	14	4	1	1
SZ	8	19		7	6
FAZ	16	34	8	7	27
Welt	6	7	2	2	5
Σ	46	74	14	17	39

Basis: alle Artikel. N=190. Ausprägung „sonstiges“ wurde nicht kodiert und ist daher nicht in der Tabelle aufgeführt.

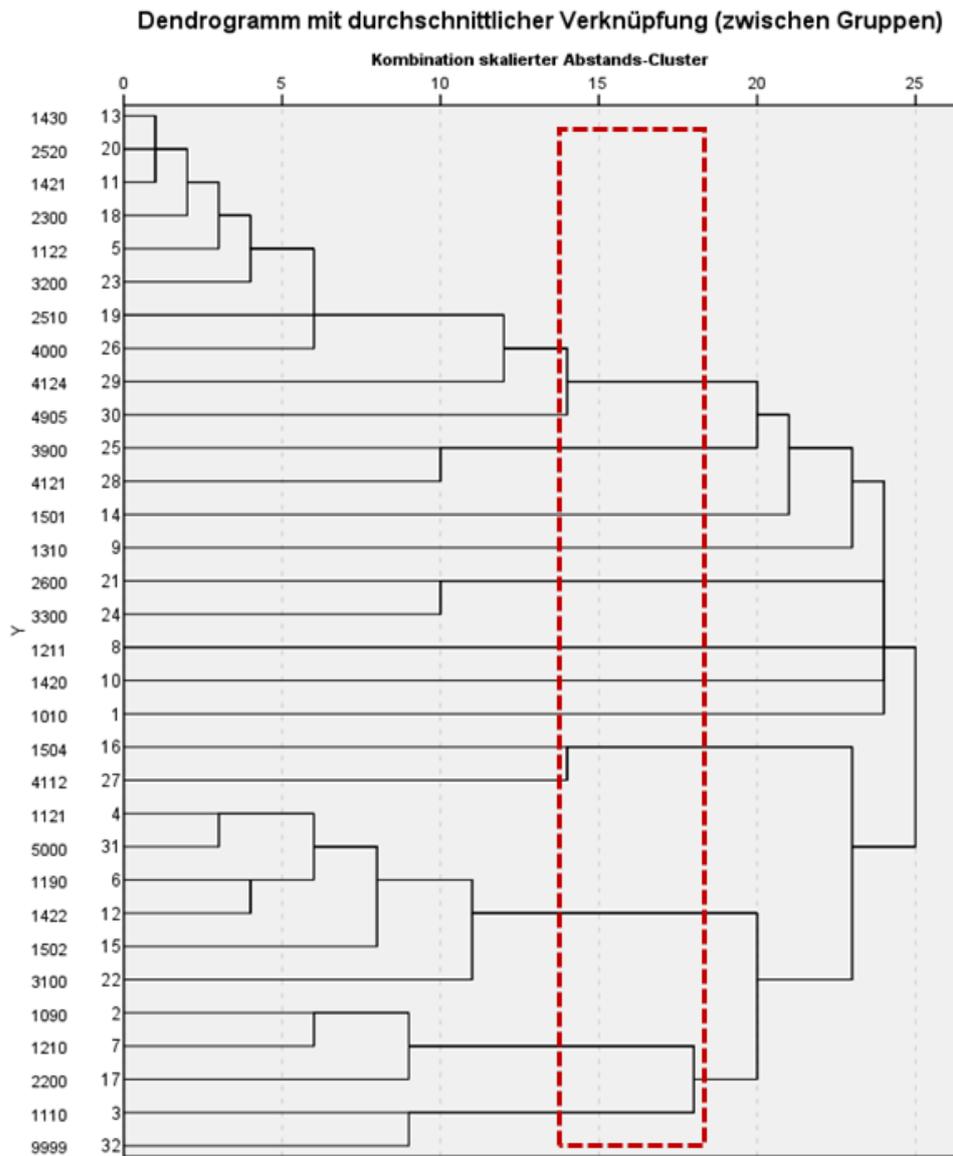
Anhang C Abbildungen

C1 Unterstützungs- (1) und Kritiknetzwerk (2)



Darstellung: Gephi 0.10.1. Größe der Punkte: Anteil am Gesamtdegree in %. Beschriftung: alle Akteure mit Gesamtdegree > 5. Dicke der Pfeile: Stärke der Unterstützungs- oder Kritikbeziehung. Basis (links): alle Unterstützungslinien. Basis (rechts): alle Kritiklinien. Eine vergrößerte Darstellung findet sich in Anhang C1.

C2 Dendrogramm zur Clusteranalyse



Darstellung: SPSS. Basis: alle Kritik- und Unterstützungszuweisungen, die zwischen Akteuren verlaufen, deren Gesamtdegree >2 und deren Outdegree ≥ 1 ist. Berechnung: Hierarchische Clusteranalyse auf der Basis von Ähnlichkeiten zwischen Gruppen. Ähnlichkeitsmaß: Korrelation nach Pearson.

9 Literaturverzeichnis

- Adam, S. (2007). *Symbolische Netzwerke in Europa: Der Einfluss der nationalen Ebene auf europäische Öffentlichkeit*. Deutschland und Frankreich im Vergleich. Herbert von Harlem Verlag.
- Adam, S. (2008). Medieninhalte aus der Netzwerkperspektive. *Publizistik*, 53(2), 180–199.
<https://doi.org/10.1007/s11616-008-0074-x>
- Adam, S., Berkel, B., Firmstone, J., Gray, E., Koopmans, R., Pfetsch, B. & Statham, P. (2002). *Codebook for content coding of commentaries / editorials*. Europub.com.
- Ali, C. & Puppis, M. (2018). When the Watchdog Neither Barks Nor Bites: Communication as a Power Resource in Media Policy and Regulation. *Communication Theory*, 28(3), 270–291.
<https://doi.org/10.1093/ct/qtz003>
- Asp, K. (2014). News media logic in a New Institutional perspective. *Journalism Studies*, 15(3), 256–270.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.889456>
- Bastian, M [M], Heymann, S [S] & Jacomy, M [M] (2009). Gephi: An open source software for exploring and manipulating networks. *International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*.
<http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/09/paper/view/154>
- Bossio, D., Flew, T., Meese, J., Leaver, T. & Barnet, B. (2022). Australia's News Media Bargaining Code and the global turn towards platform regulation. *Policy & Internet*, 14(1), 136–150.
<https://doi.org/10.1002/poi3.284>
- Breton, T. (25. Januar 2021). Der Sturm auf Capitol Hill ist ein digitaler „9/11“-Moment. *WELT*.
<https://www.welt.de/debatte/article225006167/Thierry-Breton-Der-Sturm-auf-Capitol-Hill-ist-ein-digitaler-9-11-Moment.html>
- Chiarella, M. L. (2023). Digital Markets Act (DMA) and Digital Services Act (DSA): New Rules for the EU Digital Environment. *Athens Journal of Law*, 9(1), 33–58. <https://doi.org/10.30958/ajl.9-1-2>
- Cornils, M., Auler, L. & Kirsch, S. (2022). *Vollzug des Digital Services Act in Deutschland: Implementierung einer verbraucherorientierten Aufsichtsbehördenstruktur* [Gutachten im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands e.V.]. https://www.mainzer-medieninstitut.de/wp-content/uploads/Gutachten_DSA_MMI_2022.pdf
- Eberl, J.-M., Jacobi, C. & Schlögl, S. (2014, 22. Mai). *Exploring News Content Complexity Using Network Analysis Introduction*. International Communication Association (ICA). Social and Semantic Networks in Communication Research Preconference, Seattle.
<https://doi.org/10.13140/2.1.2526.4648>
- Eilders, C. (2008). Massenmedien als Produzenten öffentlicher Meinungen: Pressekommentare als Manifestation der politischen Akteursrolle. In B. Pfetsch & S. Adam (Hrsg.), *Massenmedien als politische Akteure* (S. 27–51). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Eisenegger, M. (2021). Dritter, digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit als Folge der Plattformisierung. In M. Eisenegger, M. Prinzing, P. Ettinger & R. Blum (Hrsg.), *Mediensymposium. Digitaler*

- Strukturwandel der Öffentlichkeit: Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen* (S. 17–39). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-32133-8_2
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Europäische Kommission. (2020, 15. Dezember). *Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on a Single Market for Digital Services (Digital Services Act) and amending Directive 2000/31/EC*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020PC0825&from=en>
- Europäische Kommission. (2023, 9. Juni). *Europäischer Aktionsplan für Demokratie*. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/european-democracy-action-plan_de#bek%C3%A4mpfung-von-desinformation
- Europäische Kommission, Genrealdirektion Kommunikation & Leyen, U. von der. (2019). *Eine Union, die mehr erreichen will: Meine Agenda für Europa*. Politische Leitlinien für die künftige Europäische Kommission 2019-2024. Publications Office. <https://doi.org/10.2775/23027>
- Fanta, A. & Dachwitz, I. (2020). *Medienmäzen Google: Wie der Datenkonzern den Journalismus umgarnt*. Netzpolitik.org. <https://netzpolitik.org/2020/wie-der-datenkonzern-den-journalismus-umgarnt/#netzpolitik-pw>
- Feierabend, S., Rathgeb, T., Kheredmand, H. & Glöckler, S. (2021). *JIM-Jugendstudie 2021: Jugend, Information, Medien* [Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger]. www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf
- Ferree, M. M., Gamson, W. A., Gerhards, J. & Rucht, D. (2002). *Shaping Abortion Discourse: Democracy and the Public Sphere in Germany and the United States*. *Communication, Society and Politics*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511613685>
- Flew, T. & Martin, F. R. (Hrsg.). (2022). *Palgrave Global Media Policy and Business Series. Digital Platform Regulation: Global Perspectives on Internet Governance*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-95220-4>
- Galtung, J. & Ruge, M. H. (1965). The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–90. <https://doi.org/10.1177/002234336500200104>
- Ganter, S. A. (2022). Governance of news aggregators' practices across five emblematic cases: Policy regimes between normative acceptance and resistance. *The Information Society*, 38(4), 290–306. <https://doi.org/10.1080/01972243.2022.2076180>
- Ganter, S. A. & Löblich, M. (2021). Discursive Media Institutionalism: Assessing Vivien A. Schmidt's Framework and Its Value for Media and Communication Studies. *International journal of communication (Online)*, 2281–2300. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/16863>
- Google. (2023). *Anfänge und Gegenwart - Google*. https://about.google/intl/ALL_de/our-story/

- Heimburg, V., Schmitt, J. & Wiesche, M. (2023). The Future of Digital Platform Design: The Case of the EU Platform Regulation Discourse. *ECIS 2023 Research Papers*, 372.
https://aisel.aisnet.org/ecis2023_rp/372
- Helberger, N., Kleinen-von Königslöw, K. & van der Noll, R. (2015). Regulating the new information intermediaries as gatekeepers of information diversity. *info*, 17(6), 50–71.
<https://doi.org/10.1108/info-05-2015-0034>
- IBM Corp. (2021). *IBM SPSS Statistics for Windows* (Version 28.0) [Computer software]. IBM Corp.
- IVW. (2023). *Ranking der auflagenstärksten überregionalen Tageszeitungen in Deutschland im 1. Quartal 2023*. Statista.
- Jacomy, M [Mathieu], Venturini, T., Heymann, S [Sebastien] & Bastian, M [Mathieu] (2014). Force Atlas 2: A continuous graph layout algorithm for handy network visualization designed for the Gephi software. *PLoS one*, 9(6), e98679. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0098679>
- Jarren, O. (1998). Medienpolitische Kommunikation. In O. Jarren, U. Sarcinelli & U. Saxer (Hrsg.), *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft: Ein Handbuch mit Lexikonteil* (1. Aufl., S. 616–629). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-322-80348-1_54
- Jarren, O. (2018). Kommunikationspolitik für die Kommunikationsgesellschaft. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 68(40-41), 23–28.
- Jarren, O. (2022). Invasive Akteure: Macht und Einfluss der neuen Intermediäre auf die gesellschaftliche Vermittlungsstruktur. In G. F. Schuppert, R. A. Römhildt & P. Weingart (Hrsg.), *Interdisziplinäre Studien zur Wissensgesellschaft: Bd. 2. Herrschaft und Wissen* (1. Aufl., S. 325–360). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. <https://doi.org/10.5771/9783748910602-325>
- Jarren, O. & Donges, P. (2011). Prozesse der Politik. In O. Jarren & P. Donges (Hrsg.), *Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft. Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: Eine Einführung* (3. Aufl., S. 197–215). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
https://doi.org/10.1007/978-3-531-93446-4_10
- Jarren, O. & Vogel, M. (2011). „Leitmedien“ als Qualitätsmedien. Theoretisches Konzept und Indikatoren. In R. Blum, H. Bonfadelli, K. Imhof & O. Jarren (Hrsg.), *Mediensymposium. Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation: Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien* (1. Aufl., S. 17–29). VS Verl. für Sozialwiss. https://doi.org/10.1007/978-3-531-93084-8_2
- Jaurisch, J. (2019, 15. Oktober). *Regulatorische Reaktionen auf Desinformation: Wie Deutschland und die EU versuchen, gegen manipulative Meinungsmache auf digitalen Plattformen vorzugehen*. Berlin. Stiftung Neue Verantwortung e. V. https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/regulatorische_reaktionen_auf_desinformation.pdf
- Jaurisch, J. (2022, 10. Oktober). *Neue EU-Regeln für digitale Dienste: Warum Deutschland eine starke Plattformaufsicht braucht*. Berlin. Stiftung Neue Verantwortung e. V. <https://www.stiftung-nv.de/de/publikation/neue-eu-regeln-fuer-digitale-dienste-warum-deutschland-eine-starke-plattformaufsicht>

- Kettemann, M. C., Schulz, W. & Fertmann, M. (2021). Anspruch und Wirklichkeit der Plattformregulierung: Kommissionsentwürfe der Rechtsakte zu digitalen Diensten und Märkten. *Zeitschrift für Rechtspolitik*, 54(5), 138-142. <http://beck-online.beck.de/Bcid/Y-300-Z-ZRP-B-2021-S-138-N-1>
- Koopmans, R. (2002). *Codebook for the analysis of political mobilisation and communication in European public spheres*. Europub.com.
- Koopmans, R. & Statham, P. (1999). Political Claims Analysis: Integrating Protest Event and Political Discourse Approaches. *Mobilization: An International Quarterly*, 4(2), 203–221. <https://doi.org/10.17813/maiq.4.2.d759337060716756>
- Kretschmer, M., Furgał, U. & Schlesinger, P. (2022). The Emergence of Platform Regulation in the UK: An empirical-legal study. *Weizenbaum Journal of the Digital Society*, 2(2). <https://doi.org/10.34669/wi.wjds/2.2.4>
- Krippendorff, K. (2019). *Content Analysis: An introduction to its methodology* (4. Aufl.). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781071878781>
- Langensteiner, N. V. (2022). The digital “militant democracy”: An analysis of platform regulation in Germany and at EU level. *UFITA - Archiv für Medienrecht & Medienwissenschaft*, 86(1), 149–196. <https://doi.org/10.5771/2568-9185-2022-1-149>
- Liesem, K. (2020). Pionierleistung mit Signalwirkung: Die regulative Einhegung von Medienintermediären im Medienstaatsvertrag. *AfP*, 51(4), 277–283. <https://doi.org/10.9785/afp-2020-510403>
- Löblich, M. (2011). Frames in der medienpolitischen Öffentlichkeit. *Publizistik*, 56(4), 423–439. <https://doi.org/10.1007/s11616-011-0129-2>
- Löblich, M. & Nietzke, C. (2020). Die deutsche Presse und Google: Eine Diskursanalyse. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 68(1-2), 32–49. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2020-1-2-32>
- Lynch, M., Freelon, D. & Aday, S. (2016). *How social media undermines transitions to democracy. Blogs and Bullets: Bd. 4*. PeaceTech Lab. <https://www.peacetechlab.org/s/Blogs-and-Bullets-IV.pdf>
- Maier, D. & Dogruel, L. (2016). Akteursbeziehungen in der Zeitungsberichterstattung über die Online-Aktivitäten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. *Publizistik*, 61(2), 145–166. <https://doi.org/10.1007/s11616-016-0258-8>
- Meese, J. & Hurcombe, E. (2022). Global Platforms and Local Networks: An Institutional Account of the Australian News Media Bargaining Code. In T. Flew & F. R. Martin (Hrsg.), *Palgrave Global Media Policy and Business Series. Digital Platform Regulation: Global Perspectives on Internet Governance* (S. 151–172). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-95220-4_8
- Meta. (2023). *Unternehmensinformationen*. <https://about.meta.com/de/company-info/>
- Meyer, J. W. & Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340–363. <https://doi.org/10.1086/226550>
- Neuberger, C. (2018a). Journalismus in der Netzwerköffentlichkeit. In C. Nuernbergk & C. Neuberger (Hrsg.), *Journalismus im Internet: Profession - Partizipation - Technisierung* (2. Aufl., S. 11–80). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-93284-2_2

- Neuberger, C. (2018b). Kommunikationswissenschaftliche Analyse der Meinungsbildung, Meinungsmacht und Vielfalt im Internet. In F. Lobigs & C. Neuberger (Hrsg.), *Schriftenreihe der Landesmedienanstalten: Bd. 51. Meinungsmacht im Internet und die Digitalstrategien von Medienunternehmen: Neue Machtverhältnisse trotz expandierender Internet-Geschäfte der traditionellen Massenmedien-Konzerne. Gutachten für die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)* (S. 17–118). VISTAS Verlag.
- Neuberger, C. (2020). Journalismus und digitaler Wandel: Krise und Neukonzeption journalistischer Vermittlung. In O. Jarren & C. Neuberger (Hrsg.), *Medienstrukturen. Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise: Medien und Plattformen als Intermediäre* (1. Aufl., S. 119–154). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. <https://doi.org/10.5771/9783748909729-119>
- Nunziato, D. C. (2023). The Digital Services Act and the Brussels Effect on Platform Content Moderation. *GW Law Faculty Publications & Other Works*, 28(1674). https://scholarship.law.gwu.edu/faculty_publications/1674
- Ogbebor, B. (2020). *British Media Coverage of the Press Reform Debate: Journalists Reporting Journalism*. Palgrave Macmillan Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-37265-1>
- Page, B. I. (1996). The Mass Media as Political Actors. *PS: Political Science & Politics*, 29(01), 20–24. <https://doi.org/10.1017/S1049096500044000>
- Paul, K. (16. Februar 2022). Nick Clegg promoted to top Facebook role. *The Guardian*, 2022. <https://www.theguardian.com/technology/2022/feb/16/nick-clegg-facebook-meta-president-global-affairs>
- Pedrazzi, S. (2023). Die Inhaltsanalyse im Forschungsfeld der medialen Selbstthematization. In F. Oehmer-Pedrazzi, S. H. Kessler, E. Humprecht, K. Sommer & L. Castro (Hrsg.), *Standardisierte Inhaltsanalyse in der Kommunikationswissenschaft – Standardized Content Analysis in Communication Research* (S. 249–261). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-36179-2_22
- Perarnaud, C. (2021). A step back to look ahead: mapping coalitions on data flows and platform regulation in the Council of the EU (2016-2019). *Internet Policy Review*, 10(2). <https://doi.org/10.14763/2021.2.1566>
- Pfetsch, B. (2003). Symbolische Geräusche über die Anderen – Die Öffentlichkeit über Medienpolitik in Pressekommentaren. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 51(2), 232–249. <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-232>
- Pfetsch, B. & Adam, S. (2008). Die Akteursperspektive in der politischen Kommunikationsforschung – Fragestellungen, Forschungsparadigmen und Problemlagen. In B. Pfetsch & S. Adam (Hrsg.), *Massenmedien als politische Akteure* (S. 9–26). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-90843-4_1
- Popiel, P. (2022). Digital Platforms as Policy Actors. In T. Flew & F. R. Martin (Hrsg.), *Palgrave Global Media Policy and Business Series. Digital Platform Regulation: Global Perspectives on Internet Governance* (S. 131–150). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-95220-4_7

- Puppis, M. (2020). Governance der Vermittlung öffentlicher Kommunikation. In O. Jarren & C. Neuberger (Hrsg.), *Medienstrukturen. Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise: Medien und Plattformen als Intermediäre* (1. Aufl., S. 189–224). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
<https://doi.org/10.5771/9783748909729-189>
- Reese, S. D. (2022). The Institution of Journalism: Conceptualizing the Press in a Hybrid Media System. *Digital Journalism*, 10(2), 253–266. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1977669>
- Rocheftort, A. (2020). Regulating Social Media Platforms: A Comparative Policy Analysis. *Communication Law and Policy*, 25(2), 225–260. <https://doi.org/10.1080/10811680.2020.1735194>
- Rössler, P. & Geise, S. (2013). Standardisierte Inhaltsanalyse: Grundprinzipien, Einsatz und Anwendung. In W. Möhring & D. Schlütz (Hrsg.), *Handbuch. Handbuch standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft* (S. 269–287). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18776-1_15
- Schlag, G. (2023). European Union’s Regulating of Social Media: A Discourse Analysis of the Digital Services Act. *Politics and Governance*, 11(3). <https://doi.org/10.17645/pag.v11i3.6735>
- Schmidt, V. A. (2006a). *Democracy in Europe: The EU and National Politics*. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199266975.001.0001>
- Schmidt, V. A. (2006b, 31. August). *Give peace a chance: Reconciling four (not three) “New Institutionalisms”*. Annual Meetings of the American Political Sciences Association, Philadelphia, PA. https://www.researchgate.net/profile/Vivien-Schmidt-2/publication/237280511_Give_Peace_a_Chance_Reconciling_Four_not_Three_New_Institutionalisms1/links/5699128708aeaea9859456c9/Give-Peace-a-Chance-Reconciling-Four-not-Three-New-Institutionalisms1.pdf
- Schmidt, V. A. (2008). Discursive Institutionalism: The Explanatory Power of Ideas and Discourse. *Annual Review of Political Science*, 11(1), 303–326.
<https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.11.060606.135342>
- Schmidt, V. A. (2011). Reconciling Ideas and Institutions through Discursive Institutionalism. In D. Béland (Hrsg.), *Ideas and politics in social science research* (S. 47–64). Oxford Univ. Press.
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199736430.003.0003>
- Schmidt, V. A. (2012). Discursive Institutionalism: Scope, Dynamics, and Philosophical Underpinnings. In F. Fischer & H. Gottweis (Hrsg.), *The Argumentative Turn Revisited: Public Policy as Communicative Practice* (S. 85–113). Duke University Press. <https://doi.org/10.1515/9780822395362-004>
- Semetko, H. A. & Valkenburg, P. M. V. (2000). Framing European politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 50(2), 93–109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Singer, T. (1. März 2021). Facebook News startet im Mai in Deutschland. *MEEDIA*.
<https://www.meedia.de/plattformen/news-partnership-facebook-news-startet-im-mai-in-deutschland-998a7b593324b53d8e0b67737ace877e>

- Sparrow, B. H. (2006). A Research Agenda for an Institutional Media. *Political Communication*, 23(2), 145–157. <https://doi.org/10.1080/10584600600629695>
- Spindler, G. (2023). *Die Bekämpfung von Fake News: Der Vorschlag des EU Digital Services Act vor dem Hintergrund des deutschen Netzwerkdurchsetzungsgesetzes*. Akademie der Wissenschaften zu Göttingen. <https://doi.org/10.26015/adwdocs-2535>
- Staab, P., Sieron, S. & Piétron, D. (2022). Counter-Hegemonic Neoliberalism: Making Sense of EU Platform Regulation. *Weizenbaum Journal of the Digital Society*, 2(1), 1–18. <https://doi.org/10.34669/WI.WJDS/2.1.3>
- Stark, B. & Magin, M. (2019). Neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit durch Informationsintermediäre: Wie Facebook, Google & Co. die Medien und den Journalismus verändern. In M. Eisenegger, L. Udris & P. Ettinger (Hrsg.), *Wandel der Öffentlichkeit und der Gesellschaft* (S. 377–406). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-27711-6_18
- Sury, U. (2022). Digital Services Act (DSA). *Informatik Spektrum*, 45(4), 265–266. <https://doi.org/10.1007/s00287-022-01464-1>
- Theine, H., Tröger, M. & Sevigani, S. (2023). Wer beherrscht die Medien? Zur Einfassung des Journalismus durch Technologiekonzerne. In J. Legrand, B. Linden & H.-J. Arlt (Hrsg.), *Welche Öffentlichkeit brauchen wir?* (S. 21–34). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-39629-9_3
- Vos, T. P. & Thomas, R. J. (2019). The Discursive (Re)construction of Journalism’s Gatekeeping Role. *Journalism Practice*, 13(4), 396–412. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1478746>
- Werner, K. (27. April 2021). Renate Künast verklagt Facebook. *Süddeutsche Zeitung*, 2021, <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/kuenast-facebook-hateaid-1.5277433>.
- Wueest, B. & Fossati, F. (2015). Quantitative discursive institutionalism: A comparison of labour market policy discourse across Western Europe. *Journal of European Public Policy*, 22(5), 708–730. <https://doi.org/10.1080/13501763.2014.976834>

**Eidesstattliche Erklärung
zur Masterarbeit**

Name: Süß

Vorname: Anna

Ich versichere, die Masterarbeit selbständig und lediglich unter Benutzung der angegebenen Quellen und Hilfsmittel verfasst zu haben.

Ich erkläre weiterhin, dass die vorliegende Arbeit noch nicht im Rahmen eines anderen Prüfungsverfahrens eingereicht wurde.

Berlin, den 7. Juli 2023

Anna Süß