

Christian Fuchs

Soziale Medien und Kritische Theorie

Eine Einführung

2., vollständig überarbeitete Auflage

Aus dem Englischen übersetzt von Christian Fuchs

UVK Verlag · München

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	9
Tabellenverzeichnis	11
Vorwort zur dritten englischen und zweiten deutschen Ausgabe	13
Vorwort zur ersten deutschen Ausgabe	16
I. Grundlagen	21
1 Einleitung: Soziale Medien und Kritische Theorie	23
1.1 Überblick	23
1.2 Was ist kritisches Denken und warum ist es wichtig?	26
1.3 Was ist die Kritische Theorie?	32
1.4 Ansätze der Kritischen Theorie	43
2 Was sind soziale Medien?	53
2.1 Überblick	53
2.2 Web 2.0 und soziale Medien	55
2.3 Die Notwendigkeit der Gesellschaftstheorie zum Verständnis der sozialen Medien	57
2.4 Soziale Medien mit Durkheim, Weber, Marx und Tönnies erklären	67
2.5 Ein Modell der Kommunikation auf sozialen Medien	76
2.6 Die Veränderungen der Digitalen Kommunikation in der Coronavirus-Krise	78
2.7 Schlussfolgerungen	83
3 Der Big Data-Kapitalismus	87
3.1 Überblick	87
3.2 Big Data	88
3.3 Der Big Data-Kapitalismus	89
3.4 Die Probleme des Big Data-Kapitalismus	98
3.5 Alternativen zum Big Data-Kapitalismus	105
3.6 Der digitale Positivismus von Big Data: Die Erforschung sozialer Medien als Big Data Analytics und Computational Social Science	110
3.7 Schlussfolgerungen	116

II. Plattformen	121
4 Die Macht und politische Ökonomie sozialer Medien..	123
4.1 Überblick.....	123
4.2 Die Grenzen der Partizipation auf sozialen Medien.....	124
4.3 Der Zyklus der Kapitalakkumulation	137
4.4 Kapitalakkumulation und soziale Medien	140
4.5 Die internationale Teilung der digitalen Arbeit.....	150
4.6 Digitale Arbeit auf Facebook, Sklavenarbeit und Hausarbeit: Gemeinsamkeiten und Unterschiede	161
4.7 Schlussfolgerungen	174
5 Google: Eine gute oder böse Suchmaschine?	180
5.1 Überblick.....	180
5.2 Googles politische Ökonomie.....	182
5.3 Googologie: Google und Ideologie	191
5.4 Arbeit bei Google.....	195
5.5 Google: Gott und der Teufel in einem Unternehmen	202
5.6 Google und der Staat: Monopolmacht und Steuervermeidung ..	206
5.7 Schlussfolgerungen	216
6 Facebook und WhatsApp: Überwachung im Zeitalter der Falschnachrichten	221
6.1 Überblick.....	221
6.2 Die politische Ökonomie von Facebook.....	222
6.3 Die politische Ökonomie von WhatsApp	227
6.4 Facebook und die „Like“-Ideologie	231
6.5 Der Cambridge-Analytica-Skandal: Falschnachrichten auf Facebook	234
6.6 Überwachungskapitalismus?	263
6.7 Schlussfolgerungen	265
7 Influencer-Kapitalismus: Verdinglichtes Bewusst- sein im Zeitalter von Instagram, YouTube und Snap- chat	269
7.1 Übersicht.....	269
7.2 Die politische Ökonomie des Influencer-Kapitalismus	273
7.3 Die Ideologie des Influencer-Kapitalismus.....	286

7.4	Die Probleme des Influencer-Kapitalismus	301
7.5	Sozialistische Influencer.....	306
7.6	Schlussfolgerungen.....	309
8	Twitter und Demokratie: Eine neue Öffentlichkeit?..	315
8.1	Überblick.....	315
8.2	Twitters Politische Ökonomie	317
8.3	Habermas' Konzept der Öffentlichkeit	320
8.4	Politische Kommunikation auf Twitter	333
8.5	Unzivilisierte Kommunikation auf Twitter.....	344
8.6	@JürgenHabermas #Twitter #PublicSphere	349
8.7	Soziale Bewegungen und politische Parteien im digitalen Zeitalter	351
8.8	Schlussfolgerungen.....	356
9	Rechter Autoritarismus auf sozialen Medien.....	363
9.1	Übersicht	363
9.2	Rechter Autoritarismus	369
9.3	Autoritäre Führung auf sozialen Medien	378
9.4	Nationalismus auf sozialen Medien.....	383
9.5	Das Freund-/Feind-Schema auf sozialen Medien.....	386
9.6	Gewalt und militantes Patriarchat auf sozialen Medien	389
9.7	Schlussfolgerungen.....	393
10	Weibo: Macht und Ideologie im chinesischen Kapitalismus	399
10.1	Überblick.....	399
10.2	Weibos politische Ökonomie	404
10.3	Weibo und Ideologien sozialer Medien	408
10.4	Die politische Kontrolle des chinesischen Internets	413
10.5	Chinesische Gesellschaftskämpfe im Zeitalter von Weibo.....	420
10.6	Schlussfolgerungen.....	423
11	Die Sharing-Ökonomie von Airbnb, Uber und Upwork	427
11.1	Überblick.....	427
11.2	Uber and Upwork: Das Pay-per-Service-Sharing-Modell.....	429

11.3	Airbnb: Das Rente-auf-Rente-Modell der kapitalistischen Sharing-Ökonomie	444
11.4	Schlussfolgerungen	457
12	Der Plattform-Kapitalismus	459
12.1	Überblick.....	459
12.2	Plattformen, Plattform-Gesellschaft, Plattform-Kapitalismus	460
12.3	Plattform-Kooperativismus: Eine alternative Plattform-Gesellschaft jenseits des Plattform-Kapitalismus?	467
12.4	Schlussfolgerungen	480
13	Wikipedia: Eine neue demokratische Form kooperativer Arbeit und Produktion?	483
13.1	Überblick.....	483
13.2	Die sozialistische Idee.....	487
13.3	Kommunikation und Sozialismus	495
13.4	Wikipedias politische Ökonomie	497
13.5	Schlussfolgerungen	507
III.	Zukunft	511
14	Kapitalistische Soziale Medien: Probleme und Alternativen	513
14.1	Die Realität der sozialen Medien: Zehn Probleme.....	513
14.2	Digitale Entfremdung	516
14.3	Alternative soziale Medien	519
14.4	Zusammenfassung	540
15	Eine Manifest für wirklich soziale Medien	543
15.1	Einleitung.....	543
15.2	Digitale Alternativen: Plattform-Kooperativen.....	544
15.3	Digitale Alternativen: Auf dem Weg zu einem öffentlich-rechtlichen Internet.....	553
15.4	Zehn Prinzipien des Kommunikativen/Digitalen Sozialismus ...	561
15.5	Auf dem Weg zu wirklich sozialen Medien und einer neuen Gesellschaft	566
	Literatur	571
	Register	619