

INHALT

Danksagung

9

Einleitung

11

Vom Suchen zum Googlen

17

Marktdominanz

19

Technische Dominanz

22

Machtkonzepte in der Suchmaschinenforschung

25

Utopischer vs. dystopischer Determinismus

26

Der Gatekeeper und die Politik der Suchmaschinen

29

Suchmaschinen als Metamedium

35

Suchmaschinen als »vision machines«

36

Dispersivität der Machtverhältnisse

37

Macht und Medien

41

Hobbes/Machiavelli: Grundlagen des Machtbegriffs

42

»Dem König den Kopf abschlagen« –

Foucaults Kritik am traditionellen Machtbegriff

45

Dispositiv und medienwissenschaftliche Machtanalyse

57

Stabilisierung und Reversibilität

68

Analysezugänge

73

Algorithmus und Formalisierung

74

Materialbasis

77

Akteursverbünde

80

Datenflüsse

82

Konsultation – Formale Repräsentation des WWW

87

Datenerfassung (Crawling)

87

Datenverarbeitung (Parsing und Indexierung)

99

Suche und Retrieval (Ranking)

106

Filter

144

Interface

154

Ordnung und Berechenbarkeit

163

Registrierung – Formale Repräsentation der Nutzer

167

Mediaforschung vor dem Internet

170

Mediaforschung im Internet

172

Tracking

190

Targeting

203

Controlling

222

Ein neues Dispositiv der Verdattung

226

Modulation

229

Feedback und Modellierung

231

Schluss

234

Literatur

237

