

Inhalt

Abstract	7
Glossar	9
Vorwort	17
1 Einleitung	19
2 YouTube – Eine Erfolgsgeschichte (?)	29
2.1 YouTubes frühe Tage	31
2.2 YouTube als Vollzeitjob	39
2.3 Der YouTube-Algorithmus	52
3 YouTubes Platz in einer sich entwickelnden Medienlandschaft	63
3.1 Vier Ebenen der Entgrenzung	66
3.2 Is the Internet killing the TV star?	74
3.3 YouTubes Dominanz des Marktes für user generated Videocontent	78
4 Neue Arbeit – Neuer Kapitalismus?	85
4.1 Postfordismus	86
4.2 Überwachungskapitalismus	90
5 Karl Marx’ Kritik der politischen Ökonomie	101
5.1 Grundbegriffe der marx’schen Theorie – Ware, Arbeit und Kapital	102
5.2 Die Akkumulation des Kapitals	114
5.3 Handelskapitel	119
5.4 Entfremdung	121
5.5 Die Entwicklung der Produktivkräfte und Technisierung	129

6 Unbezahlte Arbeit	135
6.1 Carearbeit	136
6.2 Schattenarbeit	141
6.3 Publikumsarbeit	146
7 Digital Labour	153
8 Content als Rohstoff im digitalen Fabrikwesen	169
8.1 Professional users – using professionals	171
8.2 Das Modell der Datenfabrik	176
8.3 Vier Archetypen digitaler Rohstoffproduktion auf YouTube	188
8.4 YouTubes Rohstofflieferkette im Überblick	202
9 Ausblick und Fazit	205
Literatur- und Quellenverzeichnis	213
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	231