

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Die digitale Plattform YouTube	13
2.1	Was man über YouTube und Influencer:innen wissen muss: Begriffe, Erklärungen, Definitionen	14
2.2	Geschichte und Forschungsstand	27
2.2.1	Gründungs- und Ordnungssphase (2006–2011)	27
2.2.2	„Formalisierung“ der Industrie (2011–2016)	32
2.2.3	Aufstieg der Influencer:innen (2016–2018)	37
2.3	Fazit: Institutionalisierung und Gründungsmythos	40
3	Theoretischer Rahmen	43
3.1	Literaturanalyse	45
3.1.1	Revolutions-Paradigma	46
3.1.2	Arab (Social) Media Studies	50
3.2	Forschungsdimensionen	58
3.2.1	Globaler Konsens	58
3.2.2	Arabischsprachige Sphäre	62
3.2.3	Nationales Milieu	65
3.3	Zwischenfazit	69
4	Methodik	73

4.1	Der Weg zum Quellenkorpus	74
4.2	Forschungszeitraum und Umfang	79
4.3	Zur methodischen Analyse eines YouTube-Kanals: das „Kanalogramm“	81
4.4	Videos auf dem Seziertisch: die Kategorien des Kanalogramms und ihre Aussagekraft	84
4.5	Sekundärdaten und Strukturierung der Befunde	91
5	Befunde	93
5.1	Travelling: ANAS ISKANDER	93
5.1.1	Zur Persona	93
5.1.2	Videos: Aufbau, Inhalt und Stil	95
5.1.3	Kanal: drei Phasen	97
5.1.4	Saudische Unternehmen und innersaudischer Tourismus	106
5.1.5	Der saudische Blick	113
5.2	Beauty & Fashion: NJOUD	117
5.2.1	Zur Persona	118
5.2.2	Videos: Aufbau, Inhalt und Stil	120
5.2.3	Kanal	123
5.2.4	Die erfolgreiche saudische Frau	139
5.2.5	Njouds Persona: Drei Rollen, drei Feminitäten	144
5.3	Vlogging: DYLER	154
5.3.1	Zur Persona	155
5.3.2	Videos: Aufbau, Inhalt und Stil	167
5.3.3	Kanal	175
5.3.4	Rebranding: Vom „Youtuber“ zum Rapper	182
5.3.5	The (young) Saudi Superstar	189
5.4	Family: MMOSHAYA, „SAUD-KANÄLE“ und YAZAN FAMILY	199
5.4.1	Drei Kanäle: Globaler Konsens	200
5.4.2	Familienpolitik, Medienpolitik und Marketing	207
5.4.3	Visueller Patriotismus	214
6	Diskussion	223
6.1	Globaler Konsens	223
6.1.1	Elemente des „Konsens-Pools“	224
6.1.2	Kontinuität und Diskontinuität zu etablierten Medien ...	226
6.1.3	Merkmal des digitalen Kapitalismus	229
6.2	Regionale Verwobenheit	230

6.2.1	Das Plattform-Paradigma im Golf	231
6.2.2	Cyber-Konservatismus	232
6.2.3	Influencer:innen und nationale Botschaften	233
6.3	Das nationale Projekt: ein neues saudisches Selbstverständnis	235
6.3.1	Pop-Patriotismus	235
6.3.2	Saudischer Kosmopolitanismus	237
6.3.3	Saudische Exzellenz	239
6.3.4	Die Vermarktung der Saudi Vision	241
6.4	Saudische Influencer:innen und Influencer Culture	243
6.4.1	Zwischen Marke und Vorbildfunktion	244
6.4.2	Saudische Influencer Culture	247
7	Schluss	253
	Auswahl arabischer <i>Social Media</i>- und YouTube-Begriffe	265
	Bibliographie	267