

Inhalt

Abstract7

Glossar9

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 Kapital102

5.2 Die Akkumulation des Kapitals 114

5.3 Handelskapitel 119

5.4 Entfremdung..... 121

5.5 Die Entwicklung der Produktivkräfte und Technisierung129

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