

UNDERSTANDING DIGITAL CAPITALISM – WIE GOOGLE UND CO. DEN KAPITALISMUS VERÄNDERN



Abb: das vielleicht wichtigste und mächtigste Interface der virtuellen Welt...

EINLEITUNG

Die *Big Four* des digitalen Kapitalismus – Google, Facebook, Amazon, eBay – gehören zu den finanzstärksten Privatunternehmen weltweit. Durch ihre Geschäftsmodelle, Unternehmenskulturen und Strategien prägen sie einen neuartigen Kapitalismus: sie sind die „*ruling class of the digital world*“ (Nenad Romic).

In der Reihe sollen sowohl technische Fragen (Was passiert eigentlich, wenn ich eine Suchanfrage stelle?), ökonomische Fragen (Womit verdient Google eigentlich Geld?) und gesellschaftliche Fragen (Wie verändern diese Firmen die Verhältnisse, in denen wir leben?) diskutiert werden.

Die Veranstaltung ist als einführendes Gespräch mit anschließender Diskussion geplant. Es besteht Zeit und Gelegenheit, Inhalt und Charakter der Reihe mitzugestalten, die im Oktober fortgesetzt werden wird.

Mit Jessica Zeller und Timo Daum

Handout zur Veranstaltung am 4. September 2013 im ORI, Friedelstr. 8

QUICK HISTORY OF SEARCH – WIE HABEN WIR VOR GOOGLE GEGOOGELT?

Nach einem kurzen Abriss über die Geschichte des WWW und der Möglichkeiten, dort Informationen zu finden, erklären wir, wie der Google PageRank funktioniert – der Algorithmus, der für die Auflistung der Suchtreffer verantwortlich ist.

Wie verdient Google Geld mit der Suche? Wie wird Werbung platziert? Nach welchem Prinzip funktioniert die Vergabe der Anzeigenplätze auf den Such-Ergebnis-Seiten? Wir erklären wie Google AdWords funktioniert.

IT'S THE INFRASTRUCTURE, STUPID!

Der Ansatz der Infrastructure Studies widmet sich der Frage, wie technische und andere Infrastrukturen sich auf die Verbreitung von Wissen, die Verteilung von Machtverhältnissen und das Nutzerverhalten auswirken.

Welche Entwicklungen im Internet sind für Google von Vorteil? Wie unterscheidet sich Googles Haltung gegenüber Fragen wie Copyright, Netzneutralität etc. von denen anderer Player wie z.B. Software- oder Telekommunikations-Unternehmen oder auch Digital Content Produzenten?

DIE KALIFORNISCHE IDEOLOGIE

Silicon Valley bestimmt seit Jahrzehnten, wie wir Informations-Technologie benutzen. Die dort ansässigen Firmen und Institute haben enormen ökonomischen, politischen und kulturellen Einfluss auf die Philosophie und Praxis der digitalen Kultur.

Das Konzept der „*Californian Ideology*“ erklärt diese Hegemonie aus der Verschmelzung von Neoliberalismus, Technikglaube und gegenkulturellen Elementen, die für Generationen kalifornischer *entrepreneurs* bis heute charakteristisch ist

GOOGLE, DER STAAT UND DIE PUBLIC DOMAIN

Die lässige Dominanz von Google in einem Feld, das seit der Aufklärung genuin staatlich gehegt wurde (Informationsspeicherung und Bildung) – ist das ein Symptom für *state failure* bzw. Kolonisierung der *public sphere* durch *private corporations*? Ist es an der Zeit, den Gedanken der *commons* – des unmittelbaren Übergangs von Information, Kultur etc. in den *general intellect* – auf die Tagesordnung zu setzen?

WEITERLESEN

Barbrook, Richard: Media Freedom: The Contradictions of Communications in the Age of Modernity, London 1995

Mars, Marcell: Ruling Class Studies (<http://de.scribd.com/doc/30054819/ruling-class-studies-research-proposal>). 2010

Levy, Steven: In the plex. How Google thinks, works and shapes our lives. New York 2011

Vaidhyanathan, Siva: The Googlization of Everything (and why we should worry), Berkeley 2011

Materialien des *Institute of Network Cultures*, Amsterdam (www.networkcultures.org)