

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung	15
Methode	19
1. Der Begriff der Kulturindustrie	21
1.1 Dialektik der Aufklärung	22
1.2 Kulturindustrie, Warenförmigkeit	28
1.3 Die Zirkel-Behauptung	32
1.3.1 Wozu bedarf es der Manipulation?	32
1.3.2 Worin besteht die Manipulation?	33
1.3.3 Wieso funktioniert die Manipulation?	43
1.4 Kunst	52
1.5 Exkurs Interaktionsästhetik	65
1.6 Massenkultur und Massenmedien	68
1.7 Kritische Theorie	75
2. Entwurf des Untersuchungswerkzeugs	83
2.1 Nicht-Identität und Dieter Prokop	85
2.2 »Antwortfähigkeit«, »Antwort sein«	99
2.3 Web 2.0	102
2.3.1 Allgemeine Charakteristik	102
2.3.2 Weblog	106
2.3.3 Soziale Netzwerke	107
2.3.4 Multimedia-Plattformen	108
2.4 Entwurf des Untersuchungswerkzeugs zur Kritik des Web 2.0	109
2.4.1 Kritik der Produktions- und Verwaltungsstruktur im Web 2.0	111
2.4.1.1 Einerseits	111
2.4.1.1.1 Verwaltung	111
2.4.1.1.2 Möglichkeiten der Produktion im Web 2.0	115
2.4.1.1.3 Produzent und Werk	117
2.4.1.2 Andererseits	120
2.4.1.2.1 Verwaltung	120
2.4.1.2.2 Möglichkeiten der Produktion im Web 2.0	125
2.4.1.2.3 Produzent und Werk	126
2.4.2 Kritik der Kulturprodukte im Web 2.0	128
2.4.2.1 Einerseits	129

2.4.2.1.1	Material und Form	129
2.4.2.1.2	Inhalt	131
2.4.2.1.3	Identisches und Nicht-Identisches	136
2.4.2.2	Andererseits	138
2.4.2.2.1	Material und Form	138
2.4.2.2.2	Inhalt	140
2.4.2.2.3	Identisches und Nicht-Identisches	146
2.4.3	Kritik der Interaktionssituationen im Web 2.0	147
2.4.3.1	Einerseits	148
2.4.3.1.1	Interaktion zwischen Produzent und Werk	148
2.4.3.1.2	Interaktion zwischen Produzent und Konsument	151
2.4.3.1.3	Interaktion zwischen Werk und Konsument	153
2.4.3.1.4	Interaktion im Web 2.0	155
2.4.3.2	Andererseits	158
2.4.3.2.1	Interaktion zwischen Produzent und Werk	158
2.4.3.2.2	Interaktion zwischen Produzent und Konsument	160
2.4.3.2.3	Interaktion zwischen Werk und Konsument	161
2.4.3.2.4	Interaktion im Web 2.0	163
3.	Beispiel-Untersuchungen	167
3.1	Untersuchungsgegenstände	167
3.2.	Beispiel: Deleted Images (Weblog)	168
3.2.1	Kritik d. Produktions- & Verwaltungsstruktur v. Deleted Images	169
3.2.1.1	Einerseits	169
3.2.1.1.1	Möglichkeiten der Produktion bei Deleted Images	169
3.2.1.2	Andererseits	171
3.2.1.2.1	Möglichkeiten der Produktion bei Deleted Images	171
3.2.2	Kritik der Kulturprodukte von Deleted Images	173
3.2.2.1	Einerseits	173
3.2.2.1.1	Material und Form	173
3.2.2.1.2	Inhalt	174
3.2.2.1.3	Identisches und Nicht-Identisches	175
3.2.2.2	Andererseits	176
3.2.2.2.1	Material und Form	176
3.2.2.2.2	Inhalt	177
3.2.2.2.3	Identisches und Nicht-Identisches	180
3.2.3	Kritik der Interaktionssituationen von Deleted Images	180
3.2.3.1	Einerseits	180
3.2.3.1.1	Interaktion zwischen Produzent und Werk	180
3.2.3.1.2	Interaktion zwischen Produzent und Konsument	181
3.2.3.1.3	Interaktion bei Deleted Images	181
3.2.3.2	Andererseits	182

3.2.3.2.1	Interaktion zwischen Produzent und Werk	182
3.2.3.2.2	Interaktion zwischen Produzent und Konsument	182
3.2.3.2.3	Interaktion bei Deleted Images	183
3.2.4	Fazit Deleted Images	184
3.3	Beispiel: MoviePals (Soziales Netzwerk, Multimedia-Plattform)	184
3.3.1	Kritik der Produktions- und Verwaltungsstruktur von MoviePals	187
3.3.1.1	Einerseits	187
3.3.1.1.1	Verwaltung	187
3.3.1.1.2	Möglichkeiten der Produktion bei MoviePals	188
3.3.1.1.3	Produzent und Werk	189
3.3.1.2	Andererseits	189
3.3.1.2.1	Verwaltung	189
3.3.1.2.2	Möglichkeiten der Produktion bei MoviePals	190
3.3.1.2.3	Produzent und Werk	191
3.3.2	Kritik der Kulturprodukte von MoviePals	192
3.3.2.1	Einerseits	192
3.3.2.1.1	Material und Form	192
3.3.2.1.2	Identisches und Nicht-Identisches	193
3.3.2.2	Andererseits	194
3.3.2.2.1	Material und Form	194
3.3.2.2.2	Identisches und Nicht-Identisches	195
3.3.3	Kritik der Interaktionssituationen bei MoviePals	196
3.3.3.1	Einerseits	196
3.3.3.1.1	Interaktion zwischen Produzent und Werk	196
3.3.3.1.2	Interaktion zwischen Produzent und Konsument	197
3.3.3.1.3	Interaktion zwischen Werk und Konsument	198
3.3.3.1.4	Interaktion bei MoviePals	199
3.3.3.2	Andererseits	200
3.3.3.2.1	Interaktion zwischen Produzent und Werk	200
3.3.3.2.2	Interaktion zwischen Produzent und Konsument	200
3.3.3.2.3	Interaktion zwischen Werk und Konsument	202
3.3.3.2.4	Interaktion bei MoviePals	203
3.3.4	Fazit MoviePals	204
3.4	Beispiel: »Pachelbel Rant« (Produkt auf einer Multimedia-Plattform)	204
3.4.1	Kritik des Kulturprodukts »Pachelbel Rant«	206
3.4.1.1	Einerseits	206
3.4.1.1.1	Material und Form	206
3.4.1.1.2	Inhalt	207
3.4.1.2	Andererseits	208
3.4.1.2.1	Material und Form	208
3.4.1.2.2	Inhalt	209
3.4.1.3	Kritik des Inhalts von »Pachelbel Rant«, unsystematisch	210
3.4.2	Fazit »Pachelbel Rant«	213

<b>4. Schlussbetrachtungen</b>	<b>214</b>
4.1 Erkenntnisse der Beispiel-Untersuchungen über den Thesen-Katalog	214
4.2 Selbstkritik	215
4.3 Fazit	216
<b>Anhang</b>	<b>219</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>237</b>