

Michael Firnkes

# Das gekaufte Web

Wie wir online manipuliert werden

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Die Freiheit des Wissens</b>	<b>1</b>
	Digitale Mündigkeit .....	1
	Das Content-Monster wird gefüttert .....	14
	Manipulation im Kleinen und im Großen .....	26
	Das digitale Zeitalter: Beeinflussung in neuer Dimension .....	40
<b>2</b>	<b>Google und das große Geld</b>	<b>47</b>
	Auf die Plätze, fertig, los! .....	47
	Der Link-Schwarzmarkt und seine Folgen .....	50
	Der Preis ist heiß .....	54
	Die Blogger-Verführung .....	63
	Harmlose Spielerei oder doch mehr? .....	65
<b>3</b>	<b>Des Kaisers neue Kleider</b>	<b>69</b>
	Onlinewerbung steckt in der Krise .....	69
	Die Versuchung .....	77
	Gedruckt ist gedruckt. Nicht jedoch im Web .....	87
<b>4</b>	<b>Digitale Inkompetenz</b>	<b>91</b>
	»Wir bitten, diesen Fehler zu entschuldigen« .....	91
	Das kalkulierte Spiel mit der Mutmaßung .....	100
<b>5</b>	<b>Mediendemokratie 2.0</b>	<b>111</b>
	Die Meinungsschleuder .....	111
	Es gibt keine »gute« Beeinflussung .....	128
	Ausloggen hilft nur bedingt ... ..	135
<b>6</b>	<b>Rückzug der Gatekeeper</b>	<b>141</b>
	Was den Unterschied ausmacht .....	141
	Gefahren erkennen, um die Chancen zu nutzen .....	155

<b>7</b>	<b>Micro-Lobbyismus</b>	<b>157</b>
	Lancieren statt werben .....	157
	Wie sich die Botschaft weiterträgt .....	161
	Die scheinbare Basisdemokratie .....	170
	Von der Nachricht zum Content – Das gekaufte Web in der Politik .....	174
	Den Wahlkampf aufmischen .....	185
<b>8</b>	<b>Die Macht der Daten</b>	<b>191</b>
	Digitale Überwachung ist nicht nur Staaten vorbehalten .....	191
	Der neue Journalismus .....	205
	Von Datenachtsamkeit und großen Brüdern .....	215
<b>9</b>	<b>Schöne neue Welt</b>	<b>231</b>
	Der perfekte Wolf im Schafspelz .....	231
	Big Brother is watching you .....	237
	Das Semantische Web .....	248
	Die Beeinflussung verändert sich .....	256
<b>10</b>	<b>Acht Thesen für ein besseres Internet</b>	<b>281</b>
	Auseinandersetzung schafft Veränderung .....	282
	Die »Digitale Elite« muss sich positionieren .....	285
	Unternehmen brauchen klare Meinungen, aber auch Grenzen .....	288
	Journalismus ist wichtiger denn je .....	292
	Die Blogosphäre macht es sich zu einfach .....	297
	Transparenz hat ihren Preis .....	300
	Der Gatekeeper steckt in uns. Und er ist eine Chance .....	304
	Digitale Mündigkeit kann man lernen .....	307
	<b>Resümee</b>	<b>312</b>
	<b>Danksagung</b>	<b>314</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>315</b>