

# Inhalt

Zur Einleitung: Problemstellung, Kurzpräsentation und Rezeptionshinweise	7
<b>I. Kommunikations- und Medientheorie</b>	<b>31</b>
1. Kommunikation	31
2. Information	41
3. Kausalität und Selbstreferenz: Die Wirksamkeit des Negativen	46
4. Der Begriff des Mediums	50
5. Die unversehrte Information und der Manipulationsverdacht	59
6. Die Attribute der Information: neu, wichtig und nützlich	66
7. Variation und Redundanz in den Massenmedien	67
8. Rechnen – zugleich Anmerkungen zur Unglaubwürdigkeit des Konstruktivismus	71
<b>II. Digitalität</b>	<b>81</b>
9. Form und Medium der Digitalität	81
10. Formfindung und der Wert der Information	90
11. Redundanz und die Reproduktion von Information	95
12. Komplexe Information	101
13. Schrift als Medium der Digitalisierung	117
14. Die Form des Datums	136
<b>III. Maschinen</b>	<b>141</b>
15. Wahrnehmung und Maschinen	141
16. Maschinen: Projektionen eines Beobachters	144
17. Datenverarbeitende Maschinen	159
18. Schrift und Maschinisierung	163

<b>IV. Strukturen des Digitalmediums</b>	<b>169</b>
19. Schaltflächen: Eigenzeichen des Digitalmediums	169
20. Aufschalten: Formbildung im Digitalmedium	171
21. Schaltsinn	174
22. Digitalisierte Kommunikation und die Persistenz der Schrift	177
23. Digitalisiertes Wissen	182
<b>V. Diskussionen, Befunde und offene Fragen</b>	<b>201</b>
24. Informations- und Wissensgesellschaft?	202
25. "Echtzeit"-Kommunikation?	210
26. Globalisierung durch neue Medien?	214
27. Virtuelle Identitäten	222
28. Medien und soziale Ordnung	231
Literatur	245
Sachregister	279
Abbildung 1: Die Form der Digitalität	83
Abbildung 2: Die vollständige Form der Digitalität	89