

# INHALT

Einleitung.....	11
<b>1</b> Überzeugung, Beeinflussung und Manipulation.....	17
1.1 Manipulation und (biologische) Evolution.....	17
1.2 Manipulation und deren Akteure.....	21
1.3 Manipulation am Computer.....	24
1.4 Die Prägung des Menschen durch Technik .....	26
<b>2</b> Steuerung und Manipulation.....	32
2.1 Technische Manipulation im Altertum.....	32
2.2 »Computer« als Hilfsmittel.....	33
2.3 Datenverarbeitung, Miniaturisierung und Steuerung: Vollendung der klassischen Mensch-Computer-Schnittstelle.....	36
2.4 Beginn der Vernetzung .....	42
2.5 Vernetzte Umgebung.....	45
<b>3</b> Digitale Medien und der menschliche Körper .....	53
3.1 Die Wiederherstellung der einstigen Natur.....	53
3.2 Miniaturisierung der Geräte – Augmented Reality .....	59
3.3 Schnittstellen zwischen Mensch und digitalen Medien ...	61
3.4 Denkbjekte .....	66
3.5 Verdinglichung und Vermenschlichung.....	72
3.6 Ein möglicher Krankheitsfaktor .....	76
3.7 Technik und Krankheit.....	77
3.8 Ausgleich für das Selbst.....	80
3.9 Der Umgang mit Mobiltelefon und Wearables .....	82
3.10 Wo geht die Aufmerksamkeit hin? .....	86
3.11 Negiertes Interesse und das Selbst.....	89
3.12 Der ausgebrannte Mensch.....	91
3.13 Gewahrsein .....	92



3.14	Heilungsabsichten .....	95
3.15	Das vollkommene Selbst.....	97

<b>4</b>	Menschliche Intelligenz .....	99
4.1	Woraus besteht die menschliche Intelligenz? .....	101
4.2	Keine Förderung der Intelligenz – Der manipulierte Mensch innerhalb der Filter-Blase.....	104

<b>5</b>	Wirkungsorte der Manipulation .....	111
5.1	Computercodes .....	111
5.2	Sinneswahrnehmungen, Emotionen und Gefühle – Manipulation oder Inspiration .....	119
5.3	Empathie im Netz .....	132
5.4	Informationsflut durch Selbstoptimierung: Big Data .....	135
5.5	Zeit.....	139
5.6	Menschliche Wahrnehmung – Imaginationen und Selbst-Denken .....	141
5.7	Generation Schüler – Eine neue Alphabetisierung? .....	145
5.8	Computerspiele .....	162

<b>6</b>	Manipulation und Medienkonsum .....	165
6.1	Bilder .....	165
6.2	Worthülsen und Kommunikation: Die Generationen der digitalen Eingeborenen und Einwanderer.....	169
6.3	Public Relations und Werbung.....	172
6.4	Kommerzielle Technik als gefälschte Religion .....	182

<b>7</b>	Die Pluralität der Welten .....	187
7.1	Differenzierung zwischen »analog« und »digital« .....	188
7.2	Das Fenster zur Fiktion.....	189
7.3	Kultur der Simulation .....	193
7.4	»Schöne« vernetzte Welt: Facebook .....	196
7.5	Komplexe vernetzte Welt: Facebook .....	199
7.6	Der Mensch als soziales Wesen bei Facebook.....	200
7.7	Imaginative, virtuelle und reale Präsenz .....	204

<b>8</b>	<b>Kultur des Teilens – Eine Verschiebung oder Entfremdung?</b>	<b>207</b>
8.1	Mit-teil-ung	207
8.2	Mitteilung in der digitalen Kultur	209
8.3	Das digitale Medium als Gedächtnisort	211
8.4	Vervielfältigung/Kopiertechniken	215
8.5	Copy & Paste-Müll	218
8.6	Existenzielle Erfahrungen in Zeiten des Copy & Paste	220
8.7	Die verfälschten Welten	221
8.8	Existenzielle Erfahrung und Unmoral: Egoismus	225
8.9	Existenz und Bewusstsein: Der Zauber der Liebe	227
8.10	Der fragmentarische Mensch	229
8.11	Die Wahrhaftigkeit	230
8.12	Stalking im Netz	232
8.13	Gedenken in der Kultur des Teilens	233
8.14	Original und Kopie	236
8.15	Neues Schöpfungertum durch Manipulation	236
8.16	Rückwärts-Geborenwerden	242
8.17	Zerstreuung oder Einsicht	245
8.18	Universales Gedächtnis	247
<b>9</b>	<b>Manipulation und Freiheit</b>	<b>253</b>
9.1	Freiheit als kulturelle Grundlage	254
9.2	Freiheit oder Freigiebigkeit?	256
9.3	Freiheit und Sicherheit	257
9.4	Investigativer Journalismus	262
<b>10</b>	<b>Digitale Medien und Spiritualität</b>	<b>264</b>
10.1	Spiegelerfahrung und Subjektivität	264
10.2	Spiegelerfahrung als Denkfigur	266
10.3	Digitale Medien als Spiegel: Ab-Bild im Internet	267
10.4	Der Mensch im Mittelpunkt seiner Wahrnehmung	270
10.5	Die bewusste Verbindung zwischen analoger und digitaler Welt	273



10.6	Natürlichkeit, Künstlichkeit und Subjektivität.....	275
10.7	Neue Medien: Realität oder Fiktion?.....	277

Epilog.....	280
Glossar .....	290
Bibliografie.....	295
Index .....	299