

Inhalt

KAPITEL 1 – ZUM BUCH

1. Ziel: Vom „Buhmann“ zu Luhmann	11
2. Vorgehen: Reduktion von Komplexität	12

KAPITEL 2 – LUHMANN: PERSON UND WERK

1. Biographie: zufällig	14
2. Lebenswerk: Theorie der Gesellschaft	16
3. Luhmann-Habermas-Kontroverse	19
4. Arbeitsweise: Kommunikation mit Zettelkästen	22

KAPITEL 3 – SYSTEMTHEORIE

1. Diese „Supertheorie“ ist super und universell	24
2. Systemtheorie plus Konstruktivismus	26
3. System – soziales System – Kommunikation – Massenmediensystem.....	29
4. Biologische, psychische und soziale Systeme – loß keine menschlichen ...	31
5. Exkurs über die Unzulänglichkeit sprachlicher und bildlicher Darstellung	33

KAPITEL 4 – SYSTEME

1. Systeme sind, was sie tun: sie „operieren“	36
2. Operationen erzeugen „Differenz zur Umwelt“	37
1. Welt ist „unerreichbar“ fern, Umwelt jedoch „systemrelativ“ nah	37
2. In System/Umwelt-Differenz <i>operieren</i> Systeme	38
3. In System/Umwelt-Differenz (Selbstreferenz/Fremdreferenz) <i>beobachten</i> Systeme	40
4. So werden Systeme auch von außen beobachtet	43
5. So beobachten Systeme auch sich selbst	45
3. Systeme machen sich selbst, sind „autopoietisch“	46
1. Von anderen gemacht ist kein System	46
2. Sie operieren und operieren und operieren – „anschlussfähig“	49
3. Die Evolution produziert Ausdifferenzierung	50
4. Gleichzeitig (umwelt-)offen und (operativ) geschlossen	51

KAPITEL 5 – SOZIALE SYSTEME

1. Soziale Systeme sind, was sie tun: sie „kommunizieren“	56
2. Gesellschaft, Organisationen, Interaktionen – alles soziale Systeme	57
3. Nur soziale Systeme kommunizieren – Menschen sind draußen	59
4. Auch menschliches Bewusstsein ist draußen	62
1. Soziale und psychische Systeme operieren getrennt	63
2. ... aber verkehren miteinander, „interpenetrieren“	64

KAPITEL 6 – KOMMUNIKATION

1. Kommunikation hat die Wahl	67
2. Stück mit zwei Akteuren in drei Akten	69
1. Akt eins, Auftritt Alter: ‚Was finde ich informativ?‘	70
2. Akt zwei, Alter: ‚Was davon teile ich bloß mit?‘	72
3. Akt drei, Auftritt Ego: ‚Aha, mir wird was mitgeteilt – selektiv!‘	74
3. Kommunikation ganz neu aufgefasst	77
1. Keine Übertragung von Information	78
2. Der Sender ist nicht mehr der Boss	79
3. Nicht Verständigung/„Konsens“, sondern Differenz	80
4. Aufrichtigkeit ist nicht kommunizierbar	82
4. Kommunikation konkret, Beispiel Massenkommunikation	85

KAPITEL 7 – ANSCHLUSSKOMMUNIKATION

1. Kommunikation läuft und läuft und läuft...	88
2. Gleichsam Akt vier, Anschlusskommunikation: Alter wird zu Ego	89
3. Anschlusskommunikation konkret, Beispiel Massenkommunikation	91
4. Kommunikation über Kommunikation	93
5. Erfolg von Kommunikation	94

KAPITEL 8 – DOPPELTE KONTINGENZ UND MEDIEN

1. Kommunikation ist „unwahrscheinlich“	97
2. Selektionen sind „kontingent“ und „doppelt kontingent“	98
3. Mit „Medien“ klappt alles etwas wahrscheinlicher	100
4. „Medien“ erlauben „Formen“	101
5. Luhmanns Medien-Liste	104

KAPITEL 9 – SINN

1. Sinn so unvermeidlich wie die Welt	108
2. Sinnvoll wird die Welt beobachtet, psychisch und sozial	110
3. Drei Sinndimensionen – drei Weltdimensionen	111

KAPITEL 10 – SPRACHE

1. „Laut“ und „Sinn“ – für Bewusstsein und Kommunikation	114
2. Kommunikationsmedium Nr. 1, „Muse der Gesellschaft“	116
3. Exkurs: Nichtsprachliche Kommunikation – gibt es die?	117
4. Fortsetzung Exkurs: Ja! Aber zu Sonderbedingungen	120
5. Neben der „realen Realität“ eine „zweite Realität“	122
6. Neben der Zeit der realen Realität eine zweite Zeit	123
7. Deine Rede sei „Ja, Ja – Nein, Nein“!	125
8. Ja oder Nein, gelogen oder ungelogen – der Sprache ist das gleich	126

KAPITEL 11 – SCHRIFT

1. Sprache „optisch“ – anfangs unkommunikativ	129
2. „Verbreitungs“medium Nr. 1 für breitere Kommunikation	130
3. Gesellschaften mit Schrift sind „katastrophal anders“	132
4. So ist Kommunikation sogar besonders kommunikativ	135
5. Erneut neue Realitätsebenen	139
6. Ganz neue Bedeutung von Zeit und Raum	141
1. Gleichzeitig abwesend und kommunizieren	141
2. „Selbstgemachtes soziales Gedächtnis“	143
7. Schreiben kannst du auch „Vielleicht“	145
8. Kritik – schriftlich gänzlich ungeniert	147

KAPITEL 12 – BUCHDRUCK

1. Erneute Revolution der Kommunikation	149
2. Gedrucktes orientiert sich am Markt	150
3. Distanz zum Autor – Distanz zur Autorität	151
4. Wissen systematisiert, Sprachen standardisiert	153
5. Zeit wertvoll, Denken linear	155
6. Lob des Neuen	157
7. Liebe ist – wie im Roman	159
8. Gedrucktes für Beobachtung und Selbstbeobachtung der Gesellschaft	160

KAPITEL 13 – ELEKTRONISCHE MEDIEN

1. Wieder alles anders durch Film, Fernsehen und Computer	164
2. Film und Fernsehen schaffen eine „Alibi-Realität“ – glaubwürdig	165
3. Wo bleibt denn hier die Kommunikation?	168
4. Computer-Kommunikation: <i>von</i> , <i>mit</i> oder <i>mittels</i> Computer	169
5. Un-„autoritär“, a-„sozial“ und „sinn“-frei	171
6. Weltkommunikation und Weltgesellschaft verwirklicht	173

KAPITEL 14 – MASSEN MEDIEN

1. Verbreitungsmedien in besonderer gesellschaftlicher Funktion	176
2. Typisch: ohne Interaktion mit massenhaft Kommunikation	177
3. Technik macht Kontaktunterbrechung – Kontaktunterbrechung macht System	179
4. Die Realität der Massenmedien ist zwei Realitäten	181
5. Bloß keine „Verzerrungen“!	184
6. Mit „Information/Nichtinformation“ sind Massenmedien in Form	185
7. Verderbliche Ware zum Einmalgebrauch. Darum: Tempo!	187

KAPITEL 15 – NACHRICHTEN UND BERICHTE

1. Nachrichten und Berichte sagen „wahr“, mehr oder weniger „aktuell“	191
2. Seligiert wird nackte Wahrheit – vorzugsweise wahre Nacktheit	192
3. Immer dabei: „Manipulationsverdacht“	194
4. Zehn „Selektoren“ konstruieren Informationen	195
5. So werden Nachrichten und Berichte <i>gemacht</i>	199

KAPITEL 16 – WERBUNG

1. Werbung täuscht – ehrlich gesagt	201
2. Und leistet „Beihilfe zur Selbsttäuschung“	202
3. Latente Funktion: Leute ohne Geschmack mit Geschmack versorgen	203
4. Werbung und Mode wollen stets Neues. Darum: Tempo!	205
5. Werbung und Alltagskultur zwischen Zwang und Freiheit	206

KAPITEL 17 – UNTERHALTUNG

1. Die „reale Realität“ öffnet ein Fenster zu „Fenster im Hof“	208
2. Informationen für eine „zweite Realität“	210
1. Fiktionale Unterhaltung mit Happy Anfang und End – plausibel.....	210
2. Inszenierte Unterhaltung – glaubwürdig	213
3. So lernen Kulturen das Inszenieren und Beobachten	214
4. Unterhaltung „re-imprägniert“, was man ohnehin weiß und ist	215
5. Der „Witz“: Rückschlüsse auf sich selbst und „Selbstverortung“	217

KAPITEL 18 – MASSEN MEDIEN, FORTSETZUNG

1. Medien, Menschen, Gesellschaft – „strukturell gekoppelt“	221
2. Das klappt mit Schema und Thema	223
3. Massenmedien erzeugen Gewissheit, „soziales Gedächtnis“	226
4. Massenmedien erzeugen Ungewissheit, „Irritation“	229
1. Sie halten der Gesellschaft Mängel vor – irritierend	230
2. Ihr Wissen ist „doppelbödig“ – irritierend	232
5. Realität konstruiert – Konstruktion real	235
6. Konsens oder nicht Konsens, das ist die Frage	237

KAPITEL 19 – ÖFFENTLICHE MEINUNG

1. Öffentlichkeit heißt: von außen beobachtet werden	240
2. Peep auf Politik	242
3. Eben nicht <i>Meinungen</i> , sondern <i>Themen</i>	245
4. Jede Menge Mängel, Konflikte und Moral	249
5. Konstruktion gegen Komplexität	249

KAPITEL 20 – GESELLSCHAFTLICHE SELBSTBESCHREIBUNG ALS KONSTRUKT – FAZIT I

1. Realität erster und zweiter Ordnung, Kybernetik erster und zweiter Ordnung	253
2. Konstruktion unvermeidbar	255
3. Selbstbeschreibung der Gesellschaft – paradox	257
4. ... mit blindem Fleck	258

KAPITEL 21 – EVOLUTION VON KOMMUNIKATION UND GESELLSCHAFT – FAZIT II

1. Drei Steine im Brunnen: System, Kommunikation, Evolution	262
2. Kommunikation und Gesellschaft – <i>eine</i> Evolution	263
3. Von Archaisch über Hochkulturen zur Weltgesellschaft	265
4. Wohin geht es? Ausblicke	269
1. Die Gesellschaft beobachtet ihre Zukunft – Risiko	270
2. Die Kommunikation evoluiert – grenzenlos	273
LITERATUR.....	279
ZU DEN ABBILDUNGEN.....	283