

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. Biografie: zufällig	14
2. Lebenswerk: Theorie der Gesellschaft	16
3. Luhmann-Habermas-Kontroverse	20
4. Arbeitsweise: Kommunikation mit Zettelkästen	22

KAPITEL 3 – SYSTEMTHEORIE

1. Diese „Supertheorie“ ist super und universell	24
2. Systemtheorie plus Konstruktivismus	26
3. Ein „beobachtungstheoretischer“ Ansatz	29
4. ... für Systeme allgemein, die Gesellschaft und ihre Funktionssysteme	31
5. Biologische, psychische und soziale Systeme – bloß keine menschlichen	32
6. Über die Unzulänglichkeit sprachlicher und bildlicher Darstellung	35

KAPITEL 4 – SYSTEME

1. Systeme sind, was sie tun: sie „operieren“	38
2. Operationen erzeugen „Differenz zur Umwelt“	39
1. Welt ist „unerreichbar“ fern, Umwelt jedoch „systemrelativ“ nah	39
2. In System/Umwelt-Differenz operieren Systeme	41
3. In System/Umwelt-Differenz beobachten Systeme	43
4. ... die Umwelt und auch sich selbst	46
5. Beobachtung erster und zweiter Ordnung	49
3. Systeme machen sich selbst in „Autopoiesis“	50
1. Von anderen gemacht ist kein System	50
2. Systeme operieren und operieren und operieren – „anschlussfähig“	52
3. Die Evolution produziert Ausdifferenzierung	54
4. Gleichzeitig (umwelt-)offen und (operativ) geschlossen	56

KAPITEL 5 – SOZIALE SYSTEME

1.	Soziale Systeme sind, was sie tun: sie „kommunizieren“	61
2.	Gesellschaft, Organisationen, Interaktionen – alles soziale Systeme	62
3.	Nur soziale Systeme kommunizieren – Menschen sind draußen	63
4.	Auch menschliches Bewusstsein ist draußen	67
1.	Soziale und psychische Systeme operieren getrennt...	68
2.	... aber wechselseitig abhängig in „Interpenetration“	69

KAPITEL 6 – KOMMUNIKATION

1.	Robust und formelastisch	73
2.	Kommunikation hat die Wahl	75
3.	Stück mit zwei Akteuren in drei Akten	76
1.	Akt eins, Auftritt Alter: ‚Was finde ich informativ?‘	78
2.	Akt zwei, Alter: ‚Was davon teile ich bloß mit?‘	80
3.	Akt drei, Auftritt Ego: ‚Aha, mir wird etwas mitgeteilt – selektiv!‘	82
4.	Kommunikation ganz neu aufgefasst	86
1.	Nicht der Mensch, nur die Kommunikation kommuniziert	87
2.	Keine Übertragung von Information	88
3.	Der Sender ist nicht mehr der Boss	89
4.	Nicht Verständigung/Konsens, sondern Differenz	90
5.	Aufrichtigkeit ist nicht kommunizierbar	93
5.	Kommunikation konkret, Beispiel Massenkommunikation	95

KAPITEL 7 – ANSCHLUSSKOMMUNIKATION

1.	Kommunikation läuft und läuft und läuft...	98
2.	Gleichsam Akt vier, Anschlusskommunikation: Ego wird zu Alter	99
3.	Anschlusskommunikation konkret, Beispiel Massenkommunikation	101
4.	Kommunikation über Kommunikation	104
5.	Erfolg von Kommunikation	106

KAPITEL 8 – DOPPELTE KONTINGENZ UND MEDIEN

1.	Kommunikation ist „unwahrscheinlich“	108
2.	Selektionen sind „kontingent“ und „doppelt kontingent“	109
3.	Mit „Medien“ klappt alles etwas wahrscheinlicher	111
4.	„Medien“ erlauben „Formen“	112
5.	Luhmanns Medien-Liste	117

KAPITEL 9 – SINN

- | | |
|--|-----|
| 1. Sinn ist so unvermeidlich wie die Welt | 120 |
| 2. Sinnvoll wird die Welt beobachtet, psychisch und sozial | 123 |
| 3. Drei Sinndimensionen – drei Weltdimensionen | 124 |

KAPITEL 10 – SPRACHE

- | | |
|---|-----|
| 1. „Laut“ und „Sinn“ – für Bewusstsein und Kommunikation | 126 |
| 2. Kommunikationsmedium Nr. 1, „Muse der Gesellschaft“ | 130 |
| 3. Exkurs: Nichtsprachliche Kommunikation – gibt es die? | 131 |
| 4. Fortsetzung Exkurs: Ja! Aber zu Sonderbedingungen | 134 |
| 5. Neben der „realen Realität“ eine „zweite Realität“ | 135 |
| 6. Neben der Zeit der realen Realität eine zweite Zeit | 137 |
| 7. Deine Rede sei „Ja, Ja – Nein, Nein!“ | 139 |
| 8. Ja oder Nein, gelogen oder ungelogen –
der Sprache ist das gleich | 140 |

KAPITEL 11 – SCHRIFT

- | | |
|--|-----|
| 1. Sprache „optisch“ – anfangs unkommunikativ | 142 |
| 2. „Verbreitungs“medium Nr. 1 für breitere Kommunikation | 143 |
| 3. Gesellschaften mit Schrift sind „katastrophal anders“ | 145 |
| 4. So ist Kommunikation sogar besonders kommunikativ | 147 |
| 5. Erneut neue Realitätsebenen | 151 |
| 6. Ganz neue Bedeutung von Zeit und Raum | 153 |
| 1. Gleichzeitig abwesend und kommunizieren | 153 |
| 2. Selbstgemachtes soziales Gedächtnis | 155 |
| 7. Schreiben kannst du auch „Vielleicht“ | 156 |
| 8. Kritik – schriftlich gänzlich ungeniert | 158 |

KAPITEL 12 – BUCHDRUCK

- | | |
|---|-----|
| 1. Erneute Revolution der Kommunikation | 160 |
| 2. Gedrucktes orientiert sich am Markt | 161 |
| 3. Distanz zum Autor – Distanz zur Autorität | 162 |
| 4. Wissen systematisiert, Sprachen standardisiert | 164 |
| 5. Zeit wertvoll, Denken linear | 166 |
| 6. Lob des Neuen | 167 |
| 7. Liebe ist – wie im Roman | 169 |

8.	Gedrucktes für Beobachtung und Selbstbeobachtung der Gesellschaft	170
----	--	-----

KAPITEL 13 – ELEKTRONISCHE MEDIEN

1.	Wieder alles anders durch Film, Fernsehen und Computer	174
2.	Film und Fernsehen schaffen eine „Alibi-Realität“ – glaubwürdig	175
3.	Exkurs: Bilder sind „partiell außersozial“	178
4.	Computer-Kommunikation: von, mit oder mittels Computer	183
5.	Un-, ‚autoritär‘, a-, ‚sozial‘, ‚sinn‘-frei... ..	185
6.	... und ‚a-zentrisch‘: Weltkommunikation und Weltgesellschaft verwirklicht	187

KAPITEL 14 – MASSEN MEDIEN

1.	Verbreitungsmedien in besonderer gesellschaftlicher Funktion	189
2.	Typisch: ohne Interaktion mit massenhaft Kommunikation	191
3.	Technik macht Kontaktunterbrechung – Kontaktunterbrechung macht System	193
4.	Die Realität der Massenmedien ist zwei Realitäten	195
5.	Bloß keine „Verzerrungen“!	198
6.	Information/Nichtinformation ist ihr Code	199
7.	Verderbliche Ware zum Einmalgebrauch. Darum: Tempo!	202

KAPITEL 15 – NACHRICHTEN UND BERICHTE

1.	Nachrichten und Berichte sagen „wahr“, mehr oder weniger „aktuell“	205
2.	Seligiert wird nackte Wahrheit – vorzugsweise wahre Nacktheit	206
3.	Immer dabei: „Manipulationsverdacht“	208
4.	Zehn „Selektoren“ konstruieren Informationen	211
5.	So werden Nachrichten und Berichte <i>gemacht</i>	215

KAPITEL 16 – WERBUNG

1.	Werbung täuscht – ehrlich gesagt	218
2.	Und leistet „Beihilfe zur Selbsttäuschung“	219
3.	Latente Funktion: Leute ohne Geschmack mit Geschmack versorgen	221
4.	Werbung und Mode wollen stets Neues. Darum: Tempo!	223
5.	Werbung wie Alltagskultur: Balance zwischen Zwang und Freiheit	223

KAPITEL 17 – UNTERHALTUNG

- | | | |
|----|--|-----|
| 1. | Die „reale Realität“ öffnet ein Fenster zu ‚Fenster im Hof‘ | 227 |
| 2. | Informationen für eine „zweite Realität“ | 229 |
| 1. | Fiktionale Unterhaltung mit Happy Anfang und End – plausibel | 229 |
| 2. | Inszenierte Unterhaltung – glaubwürdig | 232 |
| 3. | So lernen Kulturen das Inszenieren und Beobachten | 234 |
| 4. | Unterhaltung „re-imprägniert“, was man ohnehin weiß und ist | 235 |
| 5. | Der „Witz“: Rückschlüsse auf sich selbst und „Selbstverortung“ | 237 |

KAPITEL 18 – MASSEN MEDIEN, FORTSETZUNG

- | | | |
|----|--|-----|
| 1. | Medien, Menschen, Gesellschaft – „strukturell gekoppelt“ | 240 |
| 2. | Das klappt mit Schema und Thema | 242 |
| 3. | Massenmedien erzeugen Gewissheit, „soziales Gedächtnis“ | 246 |
| 4. | Massenmedien erzeugen Ungewissheit, „Irritation“ | 249 |
| 1. | Sie halten der Gesellschaft Mängel vor – irritierend | 249 |
| 2. | Ihr Wissen ist „doppelbödig“ – irritierend | 252 |
| 5. | Realität konstruiert – Konstruktion real | 255 |
| 6. | Konsens oder nicht Konsens, das ist die Frage | 258 |

KAPITEL 19 – ÖFFENTLICHE MEINUNG

- | | | |
|----|---|-----|
| 1. | Öffentlichkeit heißt: von außen beobachtet werden | 260 |
| 2. | Peep auf Politik | 262 |
| 3. | Eben nicht Meinungen, sondern Themen | 265 |
| 4. | Jede Menge Mängel, Konflikte und Moral | 268 |
| 5. | Konstruktion gegen Komplexität | 269 |

KAPITEL 20 – GESELLSCHAFTLICHE SELBSTBESCHREIBUNG ALS KONSTRUKTION – FAZIT I

- | | | |
|----|--|-----|
| 1. | Realität erster und zweiter Ordnung, Kybernetik erster und zweiter Ordnung | 272 |
| 2. | Konstruktion unvermeidbar | 275 |
| 3. | Selbstbeschreibung der Gesellschaft – paradox | 276 |
| 4. | ... mit blindem Fleck | 277 |

KAPITEL 21 – EVOLUTION VON KOMMUNIKATION UND GESELLSCHAFT – FAZIT II

1.	Drei Steine im Brunnen: System, Kommunikation, Evolution	282
2.	Kommunikation und Gesellschaft – <i>eine</i> Evolution	283
3.	Von archaisch über Hochkulturen zur Weltgesellschaft	285
4.	Wohin geht es? Ausblicke	288
1.	Die Gesellschaft beobachtet ihre Zukunft – Risiko	289
2.	Die Kommunikation evoluiert – grenzenlos	293
5.	Luhmann – weitergeführt	297
LITERATUR		302
ZU DEN ABBILDUNGEN		306
PERSONENREGISTER		307
SACHREGISTER		309