

Georg Jongmanns

Kommunizieren und Darstellen

2002

<https://doi.org/10.25969/mediarep/133>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Jongmanns, Georg: Kommunizieren und Darstellen. In: *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, Jg. 11 (2002), Nr. 2, S. 69–77. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/133>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

https://www.montage-av.de/pdf/112_2002/11_2_Georg_Jongmanns_Kommunizieren_und_Darstellen.pdf

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Georg Jongmanns

Kommunizieren und Darstellen

Nach der Pragmatik des Films oder der Dramaturgie oder allgemein: nach der Pragmatik von Darstellungsweisen zu fragen, heißt nicht allein, danach zu fragen, wie ein Bild, ein Film, ein Text, ein Musikstück oder dergleichen kommunikativ gebraucht werden. Dies würde bedeuten, dass man sich der Darstellungsweisen nur bedienen muss, um mit ihnen eine Wirkung zu erzielen. Sie sind jedoch nicht als solche vorgegeben oder vorbestimmt. Vielmehr entwickeln sie sich historisch und stehen immer wieder aufs Neue zur Disposition, was nur bedeuten kann, dass sie ihre Geltung im Zuge der kommunikativen Praxis erhalten und wieder verlieren. Was als Darstellung fungiert und als Darstellung Bedeutung erhält, muss sich also kommunikativ entwickeln und in der Kommunikation als wirksam erweisen. Demnach ist es kurzschlüssig und fehlleitend, ein fixes Repertoire von Gestaltungsmitteln, Stilelementen oder Darstellungsweisen vorauszusetzen und ihre pragmatische Dimension einzig darin zu suchen, wie sie situativ benutzt werden. Vielmehr produziert die Kommunikation erst das für sie schlüssige Repertoire, auf das sie sich für eine Weile festlegt und notwendigerweise festlegen muss, um es alsbald wieder abzuändern. Die Pragmatik liegt in den Prozeduren und Reglements, aber auch in den Verwerfungen und Irritationen der Kommunikation, aus denen sie ihre temporär stabilen Muster generiert. Kurz, von Pragmatik kann nur die Rede sein, wenn die kommunikativ-praktische Genese von Darstellungsweisen berücksichtigt wird.

Es obliegt der Kommunikation, darüber zu bestimmen, was ihr als Darstellung gilt. Dies scheint dem gängigen Begriff der Kommunikation zu widersprechen, demzufolge sie in einem von mehreren, miteinander verbundenen Akteuren durchgeführten Prozess besteht. Sie selbst kann – so die verbreitete Annahme – nicht aktiv werden und deswegen auch keine Bestimmungen vornehmen. Wenn indes konstatiert wird, dass die Kommunikation Muster und Regeln erstellt, an denen sie sich im weiteren Vollzug orientiert, hat man es mit selbstreferenziellen Verhältnissen zu tun. Dies legt es nahe, auf die Theorie so-

1 Vgl. zur Diskussion des systemtheoretischen Kommunikationsbegriffs z.B. Luhmann 1981 und 1984, 191–241, 1995 und 1997, 60–91, Fuchs 1993 und 1995, Maresch/Werber 1999.

zialer Systeme zurückzugreifen, die die Selbstreferenz der Kommunikation ausführlich diskutiert hat.¹

Die Kommunikation ist durch drei Aspekte gekennzeichnet: erstens durch eine Mitteilung, zweitens durch die mit ihr gegebenen Information und drittens durch ein Verstehen, wobei das Verstehen den Unterschied zwischen der Mitteilung und der Information markiert. Die Selbstreferenz besteht darin, dass die Mitteilung und ihre Information unterschieden – also verstanden – werden *und* dass dieses Verstehen wiederum Anlass dazu gibt, als eine Mitteilung mitsamt der dazu gehörigen Information unterschieden zu werden. Hier liegt ein formales Schema zu Grunde, das rekursiv immer wieder auf sich selbst Bezug nimmt. Kommt es eine Weile zur Anwendung, so etablieren sich reproduktive Prozeduren und eine Struktur, die weiteres Kommunizieren erleichtert und wahrscheinlicher macht.² Auf diesem Wege werden soziale Systeme generiert, die sich erstens aus den einzelnen kommunikativen Operationen zusammensetzen – und zwar ausschließlich aus ihnen – und in deren Vernetzung weitere Operationen erzeugt werden. Die Sozialsysteme stehen in Differenz zu ihrer jeweiligen Umwelt, können interne Differenzierungen ausbilden und eine hochgradige Komplexität aufbauen.

Betrachten wir die drei notwendigerweise miteinander verbundenen Komponenten der Kommunikation kurz etwas näher: Die Information kennzeichnet die Wahrscheinlichkeit des Eintretens eines aktuellen Systemzustands. Er wird über die Bezeichnungs- und Distinktionsleistungen und somit über die gewählte Semantik bestimmt – so will es jedenfalls die gängige systemtheoretische Auffassung:

Informationen sind stets systemintern konstituierte Zeitunterschiede, nämlich Unterschiede in Systemzuständen, die aus einem Zusammenspiel von selbstreferenziellen und fremdreferenziellen, aber stets systemintern prozessierten Bezeichnungen resultieren.

(Luhmann 1997, 194–195)

2 Ein kommunikationswissenschaftlicher Einwand könnte sich gegen die scheinbar geringe analytische Reichweite des systemtheoretischen Ansatzes richten. In der Zurückhaltung zunächst vorausgesetzter, kommunikativ relevanter Faktoren liegt indes seine Stärke, da er mit wenigen Mitteln begreifbar macht, wie Kommunikation prozessiert, und es ansonsten ihrer Systementwicklung überlässt, welchen Irritationen sie ausgesetzt wird und welche operativen Antworten sie darauf findet – welche Aspekte also relevant werden. Statt auf komplizierte Weise eine Vielzahl heterogener Faktoren zu versammeln, die nicht in jedem Fall kompatibel sind – wie in den Medienwissenschaften häufig zu finden –, setzt der systemtheoretische Kommunikationsbegriff auf eine operative Einheit, die den Aufbau komplexer sozialer Verhältnisse zu beschreiben gestattet. Systemische Komplexität steht hier gegen methodische Komplikationen.

Die Mitteilung kann bei oberflächlicher Betrachtung mit einer bloßen Artikulation verwechselt werden. Sie ist jedoch mehr, da sie als ein auf das Erleben anderer abzielendes, sinnhaft selektiertes Verhalten begriffen wird und folglich als Handlung gilt. Die Theorie sozialer Systeme geht mithin davon aus, dass die Handlung ein integrativer Bestandteil der eigenständig prozessierenden Kommunikation ist und eben nicht mehr – wie bspw. in der semiotischen Pragmatik noch üblich – als eine elementare Einheit auftritt, die von individuellen Handlungsträgern in kommunikativer oder andersartiger Absicht durchgeführt wird. Die Kommunikation ist keine Sonderform der Handlung. Stattdessen werden die Mitteilungen auf Mitteilende zu- und zurückgerechnet und so erst an Individuen gekoppelt. Ob sie sich ihrer Meinung nach dem Verstandenen gemäß verhalten haben oder nicht, spielt dabei nur eine untergeordnete Rolle.

Soziale Systeme statten sich mit einer Vielzahl von Zurechnungsinstanzen aus, über die sie ihre Anschlussfähigkeit organisieren. Die Massenmedien sind voll davon: Der Star ist ein prominenter Vertreter der Anschlussorganisation, die Moderatorin ihre schwindende Figur. Der Regisseur eines Films bleibt auch dann die erwartungsgemäß hauptverantwortliche Person, wenn er nur einen Bruchteil zur Produktion beigetragen hat. Mehr noch: Es muss nicht nur verstanden werden, dass mit ‚seinem‘ Film eine Information mitgeteilt wird. Zudem muss verstanden werden, dass die Adresse des Regisseurs als Alter Ego fungiert. Das heißt, sie muss zuallererst als *Regisseur* (resp. als Star oder als Moderatorin) verstanden werden und adressabel bleiben, um in zweiter Instanz entsprechende Mitteilungsabsichten zugerechnet zu bekommen. Umgekehrt kann man sich dafür präparieren, als Regisseur zu gelten und den damit verbundenen, diversen Erwartungen begegnen zu können – sich also in die Rolle zu fügen. Um die Zurechnungen auf sich zu provozieren oder doch zumindest zu erleichtern, kann man sich bspw. bemühen, seinen persönlichen Stil besonders kenntlich zu machen. Ob die Bemühungen erfolgreich sind, muss sich indes sozial bewähren, bleibt also eine Sache der praktisch durchgeführten Kommunikation.

Bei der dritten Komponente, beim Unterscheiden der ersten beiden Komponenten kommt es keineswegs darauf an, dass richtig oder konsensorientiert verstanden wird. Sachlich falsches Verstehen ist in einer Kommunikation ebenso wenig auszuschließen wie ein gepflegter Dissens. Überdies ist es nicht einmal notwendig, dass sich eine Kommunikation mit den Kriterien ‚richtig oder falsch‘ bzw. ‚Konsens oder Dissens‘ begreift, um weiterzulaufen. Verständigung ist lediglich ein rationaler Sonderweg, den man einschlagen oder auch unterlassen kann. Die Präferenz liegt eher auf Annahme im Unterschied zur Ablehnung, wobei es durchaus möglich ist, Ablehnungsrisiken einzugehen, um

Annahmeoptionen zu testen. Kommunikation ist vor allem Anschlusskommunikation, die vorher erreichte Zustände und Optionen mit einem Zeitindex ausstattet, aufnimmt und für das weitere Verstehen mitberücksichtigt. Unberücksichtigt bleibt dabei, was und wie die Beteiligten für sich verstehen oder was sie gemeint haben wollen. Dies erhält nur als verstandene, informative Mitteilung einen sozialen Wert.

Die Kommunikation macht sich auf Grund der eigenständigen Rekursivität unabhängig vom Erleben und von den Intentionen und Absichten Einzelner. Das soziale Verstehen muss dementsprechend vom individuell-kognitiven, psychischen Verstehen unterschieden werden. Damit trägt die Systemtheorie dem Umstand Rechnung, dass verschiedene Individuen füreinander systematisch intransparent sind – es ist unmöglich, das Wahrnehmen, Denken und Fühlen anderer selbst wiederum wahrzunehmen, zu denken oder zu fühlen – und dass sie nur insoweit aufeinander rückschließen können, wie es ihr gezeitigtes Verhalten und ihre Beteiligung an der Kommunikation gestatten.

Das kommunikative Operieren und Anschließen wird über Erwartungen strukturiert. Es ist jedoch unzureichend, vom eigenen oder fremden Erleben und Verhalten etwas zu erwarten. Man muss vielmehr Erwartungen erwarten können, um die Annahmewahrscheinlichkeit eines Kommunikationsangebots zu erhöhen. Die Erwartungen richten sich an mögliche Erwartungen anderer und sie richten sich danach, ihrerseits erwartet zu werden (vgl. Luhmann 1984, 411–417). Nur die sich aneinander orientierenden Erwartungen wirken strukturierend und ermöglichen mehr als bloß zufälliges Kommunizieren. Dabei gilt es zu beachten, dass die reflexiven Sinnorientierungen nur selektiv Bezug aufeinander nehmen und von nicht immer vermeidbaren Enttäuschungen oder von unvorhersehbaren Überraschungen gekennzeichnet sind.

Es ist zu keiner Zeit gesichert, dass für alle Beteiligten das Gleiche erwartbar ist. Die Erwartungserwartungen sind nur in einem wahrscheinlichen Maße konfiguriert, somit für niemanden voll durchschaubar und dem individuellen Zugriff entzogen. Die Beteiligten erhalten lediglich ein probabilistisches und regulatives Orientierungsmaß, das sich in Abhängigkeit der aktuell ausgewiesenen Mitteilungen und der ermittelten Information verändert. Sie koordinieren unter Rückgriff auf die Erwartungserwartungen ihr eigenes, kommunikativ relevantes Erleben und Verhalten und schätzen das Erleben und Verhalten anderer ein. Um sich an einer Kommunikation zu beteiligen, muss man sich einerseits an ihre Struktur koppeln, indem man sich selbst erwartbar macht, und andererseits unterstellen, dass auch andere dies tun – unabhängig davon, ob die Unterstellung gerechtfertigt ist oder nicht. Die Leistung eines sozialen Systems liegt somit nicht in der Steuerung des Erlebens und Verhaltens, sondern in der

Bereitstellung von Sinnorientierungen. Gleichzeitig nutzt das Sozialsystem sie zur Strukturierung seiner kommunikativen Operationen.

Die Kommunikation verfährt operativ-strukturell und reguliert sich dabei selbst, ohne auf vorgängige Übereinkünfte oder Normen angewiesen zu sein. Sie erzielt einen Ordnungsaufbau *sui generis*, in deren Verlauf Rollen, Normen, Werte, Programme, dominierende Semantiken, symbolische Generalisierungen (z.B. Recht, Wahrheit, Geld, Liebe) und anderes mehr erzeugt werden und relevant bleiben. Aus dieser systemischen Eigenständigkeit der Kommunikation müssen Konsequenzen gezogen werden. Insofern man einen Vertrag als sozialen Sachverhalt und nicht nur als eine individuelle Erwartungshaltung begreift, kann von einem Vertrag zwischen den Produzenten und Rezipienten eines Films – so wie im Diskussionszusammenhang dieses Beitrags vorgeschlagen – nicht die Rede sein. Es ist weder möglich, der Kommunikation einen impliziten Vertrag vorauszusetzen, weil dabei völlig unklar bleibt, wie die Individuen ohne Kommunikation zu Vertragspartnern werden. Noch ist es nötig, einen explizit ausgehandelten (oder noch auszuhandelnden) Vertrag anzunehmen, der zukünftiges Verstehen mehr oder weniger verbindlich festschreibt. Man muss hinzufügen, dass es nicht nur nicht nötig, sondern in aller Regel unzutreffend ist, die kommunikative Aushandlung und den Abschluss eines Verbindlichkeiten variabel festlegenden Vertrags zwischen Produzenten und Rezipienten zu unterstellen.

Damit können wir zum Eingangsproblem zurückkehren und fragen: Worin besteht die Kommunikativität von Darstellungen und worin liegt ihre pragmatische Dimension? Zunächst kann ausgeschlossen werden, worin sie nicht liegt. Da sich die Kommunikativität von Darstellungen nur im Ordnungsaufbau eines sozialen Systems verwirklichen kann, bedarf sie einer Form, die in das operativ-strukturelle *Procedere* eingepasst ist. Das heißt, sie verwirklicht sich nicht im Denken, im Erleben oder in der Wahrnehmung (und ebenso wenig im Verhalten). Die Wahrnehmungsform (und die Produktionsform), in der die Darstellungen den Rezipienten (von den Produzenten) gegeben sind, ist keinesfalls diejenige Form, über die die Kommunikation verfügen kann.

Obwohl die Produzenten und Rezipienten nicht kommunizieren, sind ihre Artikulationen, die hier allgemein begriffen werden und zu denen auch die gestalterischen Tätigkeiten zählen, und die Wahrnehmungen unverzichtbar, wenn die Kommunikation erfolg- und folgenreich operieren soll. Sie bleiben ihrem operativen Vollzug jedoch äußerlich – und zwar notwendigerweise äußerlich –, denn die ungezählten Wahrnehmungen zum Beispiel der an den Massenmedien (offerierend, konsumierend oder anderweitig) beteiligten Individuen lassen sich keinesfalls in einem ausreichenden Maße synchronisieren und

miteinander abgleichen, um einem einheitlichen System zurechenbar zu sein. Weder greift die Kommunikation operativ auf die Wahrnehmung zurück, noch kann sie sie strukturell unter ihre Kontrolle bringen. Sie verlässt sich stattdessen auf Aufmerksamkeitsniveaus, die die Wahrnehmungen koordinieren und spezifizieren. So werden bspw. das Hören und das Sehen auf einem gemeinsamen attentionalen Niveau koordiniert, um in ein beide Sinnesmodalitäten übergreifendes kognitives (Sub-)System zu münden, mit dem die Audiovisualität des Kinos erlebt wird. Die sich solcherart ausbildenden Spezifikationen der Wahrnehmung sind aufs Engste verknüpft mit der Entwicklung der Massenmedien, verlieren dadurch jedoch nicht ihre eindeutige, kognitive Systemreferenz.

Die aus der gegenseitigen Konditionierung abgeleiteten, jeweiligen Passungen finden die psychisch-kognitiven und die sozialen Systeme in der Kompetenz, auf symbolische Weise Information zu generieren und zu verarbeiten. Symbolisch bedeutet hier, dass die Systeme sich mit einer Regulation der eigenen Struktur und folglich mit einem eigenen Restrukturierungsvermögen ausstatten. So werden sie in die Lage versetzt, intern passende Antworten auf externe Bedingungen zu geben. Wenn soziale Systeme Regeln festlegen und eine Weile durchhalten, machen sie sich für sich selbst wahrscheinlicher (wobei sie sich beim Festlegen wiederum mit hohen Unwahrscheinlichkeiten konfrontiert sehen). Erwartungen werden erwartbarer und die Möglichkeiten, eine informative Mitteilung zu verstehen, werden zugänglicher gemacht.³ Das Schema Produzent/Rezipient, das immer auch personale Zurechnungen einschließt und Erwartungserwartungen bündelt, erfüllt genau diese Funktion. In den Massenmedien und in der Kunst tut es dies in einem besonderen Maße. Unter dem Gesichtspunkt der Kommunikation sind die Produzenten und Rezipienten aufeinander bezogene strukturelle Merkmale, mit denen und an die Erwartbarkeiten gebunden sind. Für die Kommunikation besteht allerdings keine Notwendigkeit dazu, so zu verfahren und sich mittels des Schemas Produzent/Rezipient – im systemtheoretischen Jargon der zurückliegenden Dekade ausgedrückt – selbst zu beobachten.

Den Aufschluss über ein artikulierendes, gestaltendes Individuum geben in einer rein schriftlichen oder bildlichen Kommunikation ausschließlich die verwendeten Kommunikabilien (Texte, Bilder, Filme etc.). Wenn die Mitteilung einem Autor oder einer Regisseurin zugerechnet wird, dann gelingt dies nur auf

3 Man kann auch umgekehrt formulieren: So wie das Verstehen verfährt und seine Unterscheidung setzt, so sind auch die Erwartungserwartungen beschaffen. Es gibt keine Präferenz für die Struktur. Ebenso wenig benötigt ein System eine Zentralstelle, an der seine Regeln erlassen und von der aus sie strukturell durchgesetzt werden (obwohl dies zweifellos möglich ist). Alles hängt von der operativ-strukturellen Performanz ab.

Grund der ausreichenden Kennzeichnung in den darstellerischen Artefakten. Die Signatur und ein persönlicher Stil gewinnen hier ihre soziale Relevanz. Es ist jedoch ebenso möglich, an eine Kommunikabilie mit einer weiteren Kommunikabilie anzuschließen, ohne einen personalen Bezug vorzunehmen. Dies mag bspw. dadurch bedingt sein, dass es keine Anhaltspunkte für einen Autor gibt oder dass die Urheberschaft irrelevant ist und es stattdessen auf die Diskussion wissenschaftlicher Argumente oder die Weiterentwicklung gestalterischer Merkmale ankommt. In diesen Fällen wird die Mitteilung als Darstellung und nicht mehr als zugerechnete Handlung verstanden. Kommunikativ geht es darum, den Anschluss über darstellerische Mittel zu suchen und Verfahren zu entwickeln, diese Form des Anschlusses zu organisieren und erwartbar zu machen.

Eine als Darstellung verstandene Mitteilung kann als ein Format beschrieben werden, das die Erwartbarkeiten ihrer syntaktischen und semantischen Aspekte organisiert.⁴ Mit ihm legt ein soziales System die gültigen Inskriptionen mitsamt ihrer Kombinationsregeln fest (seien sie schriftlicher, bildlicher, musikalischer oder anderer Art) und bestimmt die Bezugnahmen auf die semantischen Erfüllungen und Erfüllungsklassen für die kombinierten Inskriptionen. Bleiben die Kombinatorik und die Bezugnahmen stabil, so kann auch von Konventionen gesprochen werden. Sie leiten sich aus dem Vollzug des sozialen Verstehens ab, können es umgekehrt aber auch anleiten, wenn im Bezug auf die Konventionen wiederum Erwartungen gebildet werden. Genres sind solche fest aggregierten Konventionalisierungen im Sozialsystem der Massenmedien.

Die aktualisierbare Information eines sozialen Systems wird aus allen Merkmalen seiner Darstellungsformate gewonnen. Das bedeutet, dass nicht allein die Bezeichnungsleistungen, sondern überdies auch die syntaktischen Aspekte informativ sind. Dafür kann man sich nun nicht mehr auf die Wahrscheinlichkeit des Auftretens bekannter und bestimmter syntaktischer Merkmale beschränken, wie es in der traditionellen Informationstheorie üblich war. Welche Inskriptionen gelten und welche Regeln auf sie anwendbar sind, muss sich häufig erst erweisen und bleibt veränderbar. Dies zeigt sich in der Musik, dies zeigt sich insbesondere auch bei der bildlichen Kommunikation.

Wie erläutert, greift ein soziales System für seine Strukturierung auf vorher erreichte Zustände – das heißt: auf die vorherige Information – zurück, um daraus weitere Schlüsse zu ziehen. Nicht anders verfährt es mit einem Darstellungsformat. So werden bspw. pikturale Inskriptionen zunächst getestet und anschließend festgelegt, semantische Erfüllungsklassen konstruiert und ge-

4 ‚Syntaktik‘ und ‚Semantik‘ sind hier im Sinne der Symboltheorie Nelson Goodmans gemeint; vgl. dazu Goodman 1995, Elgin 1983 und Goodman/Elgin 1993.

wichtet und gemeinsam zu Darstellungsformaten gebündelt, die sich ihrerseits auf die weiteren Möglichkeiten eines Systems auswirken. Genau in diesem Wechselspiel liegt die pragmatische Dimension der Kommunikation: angepasst an die attentionalen Bedingungen der Wahrnehmung syntaktisch-semantische Wirkungsgrade zu generieren, sie strukturell festzulegen und operativ zu aktualisieren, um sich darüber für weitere Operationen zu restrukturieren (zur Attentionalität und zur symbolischer Operativität der Kommunikation vgl. Jongmanns 2001). Der Beitrag, den eine symboltheoretisch unterrichtete Systemtheorie zur Pragmatik von Darstellungsweisen leisten kann, liegt folglich in dem Hinweis, dass es unzureichend ist, den Einfluss des praktischen Gebrauchs für die Bedeutung eines Zeichens ins Auge zu fassen. Vielmehr kommt es auf die gesamte symbolische, operativ-strukturelle Konstitution und Performanz dessen an, was hier kurz als Darstellungsformat beschrieben wurde.

Literatur

- Bohn, Cornelia (1999) *Schriftlichkeit und Gesellschaft. Kommunikation und Sozialität der Neuzeit*. Opladen und Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Elgin, Catherine Z. (1983) *With Reference to Reference*. Indianapolis und Cambridge: Hackett Publishing Company.
- Fuchs, Peter (1993) *Moderne Kommunikation. Zur Theorie des operativen Displacements*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- (1995) *Die Umschrift. Zwei kommunikationstheoretische Studien: „japanische Kommunikation“ und „Autismus“*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Goodman, Nelson (1995) *Sprachen der Kunst. Entwurf einer Symboltheorie*. Übersetzt von Bernd Philippi nach der 2. Aufl. der Originalausgabe (1976). Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- / Elgin, Catherine Z. (1993) *Revisionen. Philosophie und andere Künste und Wissenschaften*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1981) The Improbability of Communication. In: *International Social Science Journal*, 33,1, S. 122–132.
- (1984) *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt: Suhrkamp Verlag.
- (1986) Das Kunstwerk und die Selbstreproduktion der Kunst. In: *Stil. Geschichten und Funktionen eines kulturwissenschaftlichen Diskurselements*. Hrsg. v. H.U. Gumbrecht und K.L. Pfeiffer. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 620–672.

- (1988) Wie ist Bewußtsein an Kommunikation beteiligt? In: *Materialität der Kommunikation*. Hrsg. v. H.U. Gumbrecht und K.L. Pfeiffer. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 884–905.
- (1995) Was ist Kommunikation? In: ders., *Soziologische Aufklärung 6. Die Soziologie und der Mensch*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 113–124.
- (1996) *Die Realität der Massenmedien*. Zweite, erweiterte Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- (1997) *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Jongmanns, Georg (2001) *Bildkommunikation. Ansichten der Systemtheorie*. Phil. Diss. Weimar: Bauhaus-Universität.
- Maresch, Rudolf / Werber, Niels (Hg.) (1999) *Kommunikation, Medien, Macht*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Merten, Klaus (1977) *Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozeßanalyse*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Rusch, Gebhard (1999) Eine Kommunikationstheorie für kognitive Systeme. Bausteine einer konstruktivistischen Kommunikations- und Medienwissenschaft. In: *Konstruktivismus in der Medien- und Kommunikationswissenschaft*. Hrsg. v. Gebhard Rusch und Siegfried J. Schmidt. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 150–184.
- Schmidt, Siegfried J. (1994) *Kognitive Autonomie und soziale Orientierung. Konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Stanitzek, Georg (1996) Was ist Kommunikation? In: *Systemtheorie und Literatur*. Hrsg. v. Jürgen Fohrmann und Harro Müller. München: Fink, S. 21–55.