

# Inhalt

Vorwort	8
1. Selbstreferenz, die Zeichen und die Kommunikation	10
1.1 Zeichen, Referenz und das semiotische Paradox vom selbstreferenziellen Zeichen	10
1.2 Selbstreferenz vs. Fremdreferenz: semiotische Prämissen	16
1.3 Ubiquität der Selbstreferenz	21
1.4 Selbstreferenz, die Krise der Repräsentation und die Postmoderne	27
2. Formen der Selbstreferenz in den Medien	31
2.1 Ubiquität und Grade der Selbst- und Fremdreferenz in den Medien	31
2.2 Indexikalische und ikonische Selbstreferenz	34
2.3 Ebenen der Selbstreferenz	35
2.3.1 <i>Rhematische Selbstreferenz</i>	37
2.3.2 <i>Dicentische Selbstreferenz</i>	38
2.3.3 <i>Argumentative Selbstreferenz</i>	40
2.3.4 <i>Textuelle und metatextuelle Selbstreferenz</i>	42
2.3.5 <i>Enunziative (kommunikative) Selbstreferenz</i>	43
2.4 Selbstreferenz im System der Texte und der Medien	46
2.4.1 <i>Intertextuelle Selbstreferenz</i>	46
2.4.2 <i>Intermediale Selbstreferenz</i>	47
2.5 Zirkularitäten in der medialen Semiose	48
2.5.1 <i>Medien als Botschaft ihrer selbst</i>	49
2.5.2 <i>Kommunikation über Kommunikation: enunziative Zirkularitäten</i>	51
2.5.3 <i>Mediale Selbstreferenz als Symptom der kulturellen Semiosphäre</i>	55

3.	Selbstreferenz in der Werbung	57
3.1	Zum Stand der Forschung	58
3.2	Ebenen und Formen der selbstreferenziellen Werbung im Einzeltext	63
	3.2.1 <i>Rhematische Selbstreferenz</i>	63
	3.2.2 <i>Dicentische Selbstreferenz: Tautologien und Quasitautologien</i>	67
	3.2.3 <i>Argumentative Selbstreferenz</i>	72
	3.2.4 <i>Selbstreferenzielle Opakheit</i>	74
	3.2.5 <i>Intratextuelle Selbstreferenz</i>	80
	3.2.6 <i>Selbstreferenz durch das Mittel des mise en abyme</i>	82
3.3	Kommunikativ, intertextuell und intermedial selbstreferenzielle Werbung	86
	3.3.1 <i>Kommunikative Selbstreferenz</i>	86
	3.3.1.1 <i>Produktionsbezogene Kommentare</i>	87
	3.3.1.2 <i>Anrede der Adressaten</i>	92
	3.3.2 <i>Intertextuelle Selbstreferenz</i>	93
	3.3.3 <i>Intermediale Selbstreferenz</i>	99
	3.3.3.1 <i>Verweise auf die Welt des Films</i>	101
	3.3.3.2 <i>Verweise auf die Welt der bildenden Künste</i>	105
	3.3.3.3 <i>Verweise auf die Welt der Literatur</i>	109
	3.3.4 <i>Werbung für Werbung</i>	112
3.4	Die selbstreferenzielle Werbe- und Medienwelt	116
4.	Selbstreferenz im Computerspiel	119
4.1	Selbstreferenz des Spiels	119
	4.1.1 <i>Friedrich Schillers ästhetisches Modell des Spiels</i>	120
	4.1.2 <i>Metakommunikation im freien Spiel nach Bateson</i>	121
	4.1.3 <i>Metakommunikation im Spiel nach Regeln (game)</i>	129
	4.1.4 <i>Sutton-Smiths sieben Rhetoriken des Spiels</i>	132

4.2	Computerspiele und Erzählungen	138
4.2.1	<i>Single- und Multiplayerspiele</i>	139
4.2.2	<i>Fiktionale Metakommunikation und Metalepse in Zork (1977)</i>	140
4.2.3	<i>Doppelte Adressierung des Spielers im Computerspiel</i>	147
4.2.4	<i>Rückblick</i>	151
4.3	Spieler und Avatar in <i>Silent Hill 2</i>	152
4.3.1	<i>Avatar: Werkzeug und Cyborg</i>	154
4.3.2	<i>Avatare als symbolische Hülsen</i>	159
4.3.3	<i>Spielhandlungen, Gesten und das Spielgeschehen</i>	160
4.3.4	<i>Computerspiel als Rollenspiel?</i>	163
4.3.5	<i>Identifizierung des Spielers mit dem Avatar?</i>	165
4.3.6	<i>Gespaltene Selbst, multiple Identität, Selbst- und Fremdreferenz</i>	167
4.4	Intermediale Selbstreferenz von Computerspielen	171
4.4.1	<i>Intermediale Selbstreferenz, das Transmediale und die Remediation</i>	171
4.4.2	<i>Computerspiele und Erzählungen</i>	176
4.4.3	<i>Computerspiele und das Theater</i>	183
4.4.4	<i>Computerspiele und der Film</i>	185
4.4.5	<i>Selbstreferenzielle Rekursionen in Spiel und Spielfilm</i>	190
5.	Selbstreferenz in den Comics	197
5.1	Comics in den Comics: Chris Wares <i>Jimmy Corrigan</i>	197
5.1.1	<i>Selbstreferenzielle Paradoxien</i>	198
5.1.2	<i>Intertextuelle Selbstreferenz</i>	198
5.2	Erzählte Erzählung: M.-A. Mathieus <i>L'Origine</i>	202
5.2.1	<i>Narrative Selbstreferenz</i>	202
5.2.1.1	<i>Erzählsemiotische Voraussetzungen</i>	206
5.2.1.2	<i>Der Ursprung des Erzählten in der Erzählung</i>	208

5.2.2	<i>Bildliche Selbstreferenz</i>	209
5.2.2.1	<i>Vor-Bild und Abbild</i>	210
5.2.2.2	<i>Das Bild als Bild im Bild im Bild</i>	212
5.2.3	<i>Ikonomische und indexikalische Selbstreferenz</i>	214
5.2.3.1	<i>Selbstwiederholung und mise en abyme</i>	214
5.2.3.2	<i>Fragmentierung und Metalepse</i>	217
5.2.4	<i>Das unmögliche selbstreferenzielle Ende</i>	220
5.2.4.1	<i>Paradoxien und Tautologien</i>	221
5.2.4.2	<i>Der Paratext als Text</i>	223
5.2.4.3	<i>Polyphonie der intertextuellen Selbstreferenz</i>	227
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>229</b>