

# Inhalt

Vorwort . . . . .	7
<b>1 Einführung . . . . .</b>	<b>9</b>
<b>2 Kommunikation (Heinz Pürer) . . . . .</b>	<b>11</b>
2.1 Unterscheidung von Kommunikation . . . . .	11
2.2 Kommunikation, Interaktion, symbolische Interaktion	13
2.3 Kriterien von Kommunikation . . . . .	15
2.4 Kommunikation – ein komplexer Prozess . . . . .	17
2.5 Kommunikation – ein vermittelter Prozess . . . . .	19
2.6 Die Kommunikations-»Kanäle« . . . . .	21
2.7 Exkurs: Man kann nicht <i>nicht</i> kommunizieren . . . . .	25
2.8 Sprache und Kommunikation . . . . .	26
2.9 Arten von Kommunikation . . . . .	34
<b>3 Massenkommunikation (Heinz Pürer) . . . . .</b>	<b>39</b>
3.1 Schrift – Druck – Funk . . . . .	41
3.2 »Massen«-Kommunikation . . . . .	43
3.3 Massen-»Kommunikation« . . . . .	44
3.4 Sender und Empfänger in der Massenkommunikation	46
3.5 Interpersonale Kommunikation und Massenkommunikation . . . . .	50
3.6 Zur Terminologie in der Massenkommunikation . . . . .	52
3.7 Massenkommunikation als gesamt- gesellschaftliches Phänomen . . . . .	55

<b>4</b>	<b>Computervermittelte Kommunikation</b> (Nina Springer, Heinz Pürer, Wolfgang Eichhorn) . . . .	<b>61</b>
4.1	Elektronisch mediatisierter Kommunikationsraum . . .	64
4.2	Der Computer als Kommunikationsmedium . . . . .	67
4.3	Interaktivität und computervermittelte Kommunikation	69
4.4	Web 2.0, Social Web und User-generated Content . . .	76
4.5	Virtuelle Vergemeinschaftung . . . . .	80
4.6	Neue Begriffe? . . . . .	83
4.7	Neue Kompetenzen . . . . .	86
	Literatur . . . . .	89
	Index . . . . .	101