merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hrsg.) (2013). Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden: Springer VS. 671 S., 48,59 €.

Beitrag aus Heft »2014/05: Digitale Heimat«

Um die sogenannte Königsdisziplin der Kommunikationswissenschaft – die Medienwirkungsforschung – innerhalb eines Handbuchs aufzuarbeiten, haben Wolfgang Schweiger und Andreas Fahr das Handbuch Medienwirkungsforschung herausgegeben. Eine Besonderheit des Handbuchs ist, dass jeder Abschnitt mit einem Grundlagentext beginnt und sich dann auf andere Teilbereiche des jeweiligen Schwerpunktes konzentriert. Der erste Teil umfasst kommunikationswissenschaftliche und erkenntnistheoretische Grundlagen, die von Nachbardisziplinen wie Soziologie und Psychologie abgerundet werden. Im zweiten Teil geht es um Informationsverarbeitung, Wissen und Lernen. Hierfür wurden Themen wie Priming und Framing, Agenda Setting wie auch die Kultivierungsforschung aufgegriffen.

Der anschließende Schwerpunkt dreht sich um Emotionen und Erleben. Er beinhaltet Unterhaltungserleben als Wirkung der Medienrezeption, Präsenzerleben und Transportation sowie den Einfluss von Medienpersonen auf die Emotionen und das Selbstkonzept von Mediennutzenden. Der vierte Teil des Handbuchs behandelt Einstellungen und Verhalten. Dieser Bereich deckt eine weitere thematische Spannbreite ab: Neben Werbekommunikation werden auch die strategische Organisationskommunikation, die Gesundheitskommunikation sowie sexuell explizite medienangebote angesprochen. Der darauffolgende Schwerpunkt beschäftigt sich mit Öffentlichkeit und Gesellschaft. Neben Wahrnehmungsphänomenen werden auch die Wissenskluftforschung, die Diffusionstheorie wie auch die Kommunikationswirkungen auf Journalisten beschrieben.

Der sechste und letzte Teil beinhaltet Beiträge rund um die Methoden der Medienwirkungsforschung. Damit eignet sich das Handbuch besonders für Kommunikationswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler mit Schwerpunkt Medienwirkungsforschung wie auch für Studierende der Kommunikations- und Medienwissenschaft.

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de