

Wünsch, Carsten/Schramm, Holger/ Gehrau, Volker/Bilandzic, Helena (Hrsg.) (2014). Handbuch Medienrezeption. Baden-Baden: Nomos. 450 S., 49,00 €.

Beitrag aus Heft »2014/04: Jugend – Medien – Kommerzialisierung«

Medienrezeption ist ein sehr weites Feld der Medienwissenschaft. Es gibt die unterschiedlichsten Vorstellungen, was alles in den Bereich der medialen Rezeption fällt. Die Herausgeber haben an dieser Stelle mit dem Handbuch Medienrezeption angesetzt und versucht, die verschiedenen Gegenstände und Fragestellungen bezüglich der Thematik zu sammeln und zu gliedern. Das Sammelwerk ist in vier Überbereiche eingeteilt. Der erste Bereich beschäftigt sich mit den Grundlagen der Rezeption. Hier werden die Begriffe Kognition, Emotion, Handlung und Kanalspezifika ausführlich aufgearbeitet. Im zweiten Teilbereich geht es um Selektion und Zuwendung. Diese werden durch wissenschaftliche Beschreibungen von Diffusion und Domestizierung, Alltag und Routinen, Einstellung, Persönlichkeit, Motivation wie auch Stimmung dargestellt.

Um einen stärker auf Wahrnehmung bezogenen Bereich geht es im dritten Teil. Dieser beschäftigt sich mit Phänomenen und Erlebnisweisen. Genauer beschreiben verschiedene Autorinnen und Autoren Urteilsbildung und Bewertung, Verstehen, Emotionales Erleben, Empathie und Identifikation, Parasoziale Interaktion und sozialen Vergleich, Spannung, Immersion, wahrgenommenen Realismus sowie ästhetisches Erleben. Im vierten und somit auch letzten Abschnitt des Sammelbandes werden Kontexte der Rezeption thematisiert. Dies geschieht durch die Behandlung von Lebensphasen, physischen und psychischen Einschränkungen, Rezeption in Gruppe, Rezeption im öffentlichen Raum, Vergemeinschaftung, Kultur wie auch Epoche.

Das Handbuch Medienrezeption ist für Medienwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler sowie Kommunikationswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler geeignet, die sich dem Bereich Medienrezeption auf eher unkonventionelle Art und Weise annähern wollen.