

# Rezeptionsforschung

Einführung in die Kommunikations-  
und Medienwissenschaft  
Sommersemester 2004

## Phasen des Mediengebrauchs

- Prä-kommunikative Phase: Auswahl
  - Motive, situative Faktoren, Verfügbarkeit
- Kommunikative Phase: Rezeption
  - Grad und Art der inneren Beteiligung, Beziehung zu dem Dargestellten und den Figuren
- Post-kommunikative Phase: Aneignung
  - Einbau in Vorstellungen und Meinungen, Gespräche und Interaktionen

## Motive der Mediennutzung

1. Informationsbedürfnis: Orientierung, Neugier, Lernen, Vergewisserung
2. Bedürfnis nach Sicherung persönlicher Identität: Bestärkung persönlicher Werte, Verhaltensmodelle, Selbstfindung
3. Bedürfnis nach Integration: Zugehörigkeit, Gesprächsstoff, Geselligkeit, Rollenmodell
4. Unterhaltungsbedürfnis: Ablenkung, Entspannung, emotionale Entlastung, Stimulation, ästhetische Erbauung

## Kritik am Uses-and-Gratifications- Approach

- Bedürfnisse bewusst und erfragbar?
- „Theorielosigkeit“
- „Inhaltsvergessenheit“ (Vorderer 1992)
- Wechselnde Bezüge: Medium, Genre, einzelne Sendung

## Unbewusste Auswahl

- „Selective Exposure“ (Zillmann/Bryant 1985): Verweilen bei einem stimmungsgemäßen Programm
- „Mood Management“ (Zillmann 1988): Auswahl zur Optimierung des Gemütszustandes
- Routinen: Kanaltreue – „audience flow“, Kanalrepertoire

## Rezeption und Aneignung

- Rezeptionssituation: Zentralität der Medienrezeption, Interaktion als Rahmen der Aneignung
- „Involvement“: Grad der inneren Beteiligung, „Mitleben“ in der Medienrealität
- „Para-soziale Interaktion“: kognitive und emotionale Reaktion auf Medienfiguren
- „Para-soziale Beziehung“: vorgestellte und erlebte Verbundenheit mit Medienfigur

## Interpretative Verarbeitung

- „Alltagsrationalität“ (Brosius 1995):  
Schemata des Alltagsverstandes <  
Kognitive Psychologie
  - Selektive Informationsaufnahme:  
Hervorstechendes, jüngste Eindrücke u.a.
  - Iteratives Urteilen: Abgleich von Eindrücken  
und Vorstellungen/Vor-Urteilen
  - Faustregeln, Stereotype

## Interpretative Verarbeitung

- „Cultural Studies“ < Sprach- und  
Kulturwissenschaften
  - Programmatische Unterscheidung: Encoding  
versus Decoding
  - Wissenschaftliche Themen und Kontroversen:  
(A) Ideologie  
(B) Populäres Vergnügen

## Medienaneignung und Alltag

- „struktur- und handlungstheoretische Rezeptionsforschung“ (Charlton/Neumann 1986)
  - „Thematische Voreingenommenheit“
- Alltagspsychologie der Medienrezeption (Weiß 2001)
  - „praktischer Sinn“ und kulturelles Handeln

## Literatur

- Hasebrink, Uwe (2003): Nutzungsforschung. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikations. Wiesbaden, 101-127.
- Schramm, Holger/Hasebrink, Uwe (2004): Fernsehnutzung und Fernsehwirkung. In: Mangold, Roland/Vorderer, Peter/Bente, Gary (Hrsg.): Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen u.a., 466-490.