

SCHWERPUNKTHEFT **Aktuelle Beiträge aus der** **Rezeptions- und Wirkungsforschung**

Vorwort

Marco Dohle, Christoph Klimmt & Tilo Hartmann

Marco Dohle, Technische Universität Dortmund, Institut für Journalistik, Emil-Figge-Straße 50, 44227 Dortmund; Kontakt: marco.dohle@tu-dortmund.de

Christoph Klimmt, Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover, Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung, Expo Plaza 12, 30539 Hannover; Kontakt: christoph.klimmt@ijk.hmtm-hannover.de

Tilo Hartmann, VU University Amsterdam, Department of Communication Science, De Boelelaan 1081, 1081 HV Amsterdam; Kontakt: t.hartmann@vu.nl

SCHWERPUNKTHEFT

Aktuelle Beiträge aus der Rezeptions- und Wirkungsforschung

Vorwort

Marco Dohle, Christoph Klimmt & Tilo Hartmann

In dieser SCM-Ausgabe erscheinen drei Texte, die auf Vorträge im Rahmen der Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung 2014 in Hannover zurückgehen. Auf dieser Konferenz erprobten die Veranstalter, Sarah Geber und Christoph Klimmt vom *Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover*, erstmalig für eine Tagung der Fachgruppe das Konzept, kein einheitliches Thema vorzugeben, sondern Beiträge zu allen Themen der Rezeptions- und Wirkungsforschung einzuladen. Das Programm entstand somit nicht nur auf der Basis von Qualitätsurteilen der Reviewer, sondern auch ohne vorherige inhaltliche Einschränkungen.

Ein Bestandteil dieses offenen Tagungskonzepts ist auch der Verzicht auf einen klassischen Tagungsband, der angesichts der thematischen Breite der auf der Konferenz gehaltenen Vorträge wenig sinnvoll erschien. Zudem zeichnet sich ab, dass viele Autorinnen und Autoren die Forschungsberichte, die sie auf Tagungen der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung präsentieren, parallel oder im Anschluss in Zeitschriftenmanuskripte ausbauen. Viel besser als ein Herausgeberband passt daher zum Tagungskonzept ein ‚Special Issue‘ einer wissenschaftlichen Fachzeitschrift. So kamen die Tagungsveranstalter sowie die damaligen Fachgruppensprecher überein, den Referentinnen und Referenten der Jahrestagung 2014 die Möglichkeit zu eröffnen, ihre zu Volltexten ausgearbeiteten Beiträge für ein Schwerpunktheft einer Fachzeitschrift einzureichen. Die Herausgeberinnen und Herausgeber sowie die Redaktion von SCM griffen diese Idee gerne auf, so dass wir uns nun sehr freuen, dieses Schwerpunktheft der Zeitschrift mit Beiträgen von der Jahrestagung vorzustellen.

Drei Teams von Autorinnen und Autoren, die sich entschieden hatten, die Möglichkeit einer Einreichung zu nutzen, konnten das von SCM realisierte übliche Peer Review erfolgreich bestehen. Die Beiträge illustrieren zum einen die inhaltliche Bandbreite, die auf der Jahrestagung 2014 verhandelt wurde. Zum anderen stehen sie stellvertretend für wichtige Entwicklungslinien der Rezeptions- und Wirkungsforschung.

Im Mittelpunkt des ersten Beitrags „*The impact of personal experience in cultivation*“ von Anna Schnauber und Christine Meltzer steht eine Untersuchung zu einem traditionellen Ansatz der Medienwirkungsforschung. Zentrales Element ist

dabei, dass mögliche Wirkungen massenmedialer Realitätsdarstellungen – im vorliegenden Fall Kultivierungseffekte hinsichtlich der Wahrnehmung von Kriminalität und Gewalt – im Zusammenspiel mit vorherigen persönlichen Erfahrungen analysiert werden. Somit reiht sich die Studie in solche Forschungsarbeiten ein, in denen Prozesse der Rezeption und Wirkungen medial vermittelter Inhalte mit einer Analyse der individuellen Lebenswelten von Rezipientinnen und Rezipienten verbunden werden.

Ein gänzlich anderes Gebiet betritt der Beitrag *„Bystanderintervention bei Cybermobbing. Warum spezifische Merkmale computervermittelter Kommunikation prosoziales Eingreifen von Bystandern einerseits hemmen und andererseits fördern“* von Magdalena Obermaier, Nayla Fawzi und Thomas Koch. Er ist ein Beispiel für die steigende Zahl von Arbeiten aus der Rezeptions- und Wirkungsforschung, die sich mit den Konsequenzen der Sichtbarkeit auch interpersonaler Kommunikation in der Online-Welt befassen. Konkret wird herausgearbeitet, welche Besonderheiten im Vergleich zu anderen Alltagssituationen die computervermittelte öffentliche Kommunikation aufweist, wenn es um die Entscheidung geht, Personen in einer Notsituation beizustehen.

Eine nochmals völlig andere Richtung schlägt der Beitrag *„Spaß, Spannung... Denkanstöße? Hedonische und eudaimonische Gratifikationen, Bewertungen und Folgen der Rezeption von Stefan Raabs Sendung ‚Absolute Mehrheit‘“* von Frank Schneider, Anne Bartsch und Uli Gleich ein, verknüpft er doch das traditionsreiche Feld der politischen Kommunikation mit dem aufstrebenden Feld der Unterhaltungsforschung. Die Auseinandersetzung mit der Schnittstelle von Politik und Unterhaltung hat in den letzten Jahren spürbar zugenommen, auch mit Blick auf Rezeptions- und Wirkungsprozesse. Der vorliegende Text leistet hierzu einen Beitrag, indem er Ansätze aus der Unterhaltungsforschung aufgreift und dabei empirisch prüft, inwiefern diese Ansätze auch im Zusammenhang mit der Nutzung medial vermittelter Politikdarstellung hilfreich sind.

An allen drei Beiträgen (wie auch der gesamten Tagung in Hannover 2014) wird sehr deutlich, dass die Rezeptions- und Wirkungsforschung in Deutschland an vielfältigen, aktuellen und relevanten Problemstellungen arbeitet und zugleich wichtige Beiträge zum theoretischen, empirischen sowie angewandten Fortschritt leistet.

Wir danken den Autorinnen und Autoren, dass sie sich der Herausforderung gestellt haben, ihre Arbeit für das Schwerpunktheft von SCM einzureichen. Wir danken herzlich den Gutachterinnen und Gutachtern, die das Herausgeberteam bei der Qualitätssicherung unterstützt haben. Besonders danken wir aber dem Team von SCM, allen voran Andreas Scheu, der das Vorankommen dieses Schwerpunktheftes mit Umsicht und Energie ermöglicht und vorangebracht hat.

Dortmund, Hannover und Amsterdam, im März 2015
Marco Dohle, Christoph Klimmt & Tilo Hartmann