

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur erweiterten und überarbeiteten 2. Auflage	5
Vorwort zur 1. Auflage	7
Abbildungsverzeichnis	13
Tabellenverzeichnis	15
 I. Grundlagen	
I.1 Kognitive Grundlagen der Medienrezeption	19
<i>Jörg Matthes und Sarah Juricek</i>	
I.2 Emotionale Grundlagen der Medienrezeption	39
<i>Werner Wirth</i>	
I.3 Motivation und Medienhandeln	59
<i>Denise Sommer und Viktoria Heyer</i>	
I.4 Grundlagen der interaktiven Medienrezeption	79
<i>Daniel Possler, Anna Sophie Kümpel und Christoph Klimmt</i>	
 II. Selektion und Zuwendung	
II.1 Mediennutzung im Alltag	101
<i>Ralph Weiß</i>	
II.2 Verbreitung und Aneignung von Medientechnologien	121
<i>Stephan Niemand und Maren Hartmann</i>	
II.3 Motivation und Medienzuwendung	141
<i>Marco Dohle</i>	
II.4 Einstellung und Medienzuwendung	161
<i>Merja Mahrt</i>	
II.5 Stimmung und Medienzuwendung	181
<i>Holger Schramm</i>	
II.6 Persönlichkeit und Medienzuwendung	199
<i>Andreas Fahr</i>	

III.	Rezeptionserleben und Rezeptionsprozesse	
III.1	Urteils- und Bewertungsprozesse in der Medienrezeption <i>Christian Schemer, Klara Langmann und Luisa Gehle</i>	221
III.2	Framing von Medienrezeptionsprozessen <i>Sophie Lecheler und Svenja Schäfer</i>	241
III.3	Ideologische und motivierte Verarbeitungsprozesse in der Medienrezeption <i>Anja Kalch und Helena Bilandzic</i>	261
III.4	Verstehensprozesse in der Medienrezeption <i>Stephan Schwan</i>	283
III.5	Emotionen und Meta-Emotionen bei der Medienrezeption <i>Anne Bartsch und Freya Sukalla</i>	303
III.6	Erinnerung und Nostalgie bei der Medienrezeption <i>Tim Wulf</i>	325
III.7	Spannung bei der Medienrezeption <i>Matthias R. Hastall</i>	345
III.8	Inspiration bei der Medienrezeption <i>Diana Rieger</i>	365
III.9	Ästhetisches Erleben bei der Medienrezeption <i>Monika Suckfüll</i>	385
III.10	Immersives Erleben bei der Medienrezeption <i>Helena Bilandzic</i>	405
III.11	Involviertes Erleben bei der Medienrezeption <i>Zoe Olbermann, Fabian Mayer und Holger Schramm</i>	425
III.12	Parasoziale Interaktionen bei der Medienrezeption <i>Nicole Liebers und Uli Gleich</i>	441
III.13	Empathie, Identifikation und sozialer Vergleich bei der Medienrezeption <i>Carsten Wunsch</i>	461
III.14	Realismus und Realitätsbezug bei der Rezeption von Narrationen <i>Özen Odağ</i>	483
III.15	Glaubwürdigkeit und Vertrauen bei der Medienrezeption <i>Thomas Koch und Magdalena Obermaier</i>	497
III.16	Reaktanz und Widerständigkeit bei der Medienrezeption <i>Ulrike Schwertberger und Brigitte Naderer</i>	517

III.17	Medienrezeption und eigene medienproduzierende Tätigkeiten	537
	<i>Teresa K. Naab und Anna Schnauber-Stockmann</i>	
III.18	Kumulierte Medienrezeption	553
	<i>Daniela Schlütz</i>	
 IV. Kontexte der Medienrezeption		
IV.1	Medienrezeption im internationalen Vergleich	573
	<i>Uwe Hasebrink</i>	
IV.2	Medienrezeption, Gemeinschaft und Vergemeinschaftung	593
	<i>Andreas Hepp und Philip Sinner</i>	
IV.3	Medienrezeption im historischen Kontext	613
	<i>Stefanie Aeverbeck-Lietz und Simon Sax</i>	
IV.4	Medienrezeption in unterschiedlichen Lebensphasen	637
	<i>Elizabeth Prommer und Christine Linke</i>	
IV.5	Medienrezeption mit Behinderungen	657
	<i>Anne Haage</i>	
IV.6	Medienrezeption in Gruppe	679
	<i>Volker Gehrau</i>	
IV.7	Medienrezeption mit mobilen Endgeräten	699
	<i>Veronika Karnowski</i>	
IV.8	Medienrezeption im Kontext permanenter Verbundenheit	717
	<i>Leonard Reinecke und Alicia Gilbert</i>	
IV.9	Medienrezeption in algorithmisierten Umgebungen	735
	<i>Anna Sophie Kümpel</i>	
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren		753
Sachregister		761