

# Rezeptionskaskade

Die *Rezeptionskaskade* wurde als Modell der Medienaneignung von Friedrich Krotz vorgeschlagen. Darunter kann man eine mehrstufige, manchmal parallele, polyvalente, möglicherweise sogar widersprüchliche Aneignung und Verarbeitung standardisierter Kommunikate verstehen, die wiederum der eigentlichen Informationsaufnahme folgenden kommunikativen Interventionen, Thematisierungen und Korrekturen ausgesetzt ist (oder zumindest sein kann). Indem der Rezipient den ursprünglichen Inhalt eines Medienangebots zu subjektivem Sinn verarbeitet, vollzieht er also mehrere Interpretationsschritte – zu seinen aktuellen subjektiven Perspektiven kommen neue eigene und von anderen Personen übernommene Perspektiven hinzu (zum Beispiel durch weitere Informationen zum gleichen Thema [vielleicht in einem anderen Medium], durch den Meinungsaustausch mit einem oder mehreren anderen Rezipienten zu einem Medieninhalt während oder nach der Rezeption, bei Gelegenheit von Tischgesprächen). Auch zu einem wesentlich späteren Zeitpunkt nach der eigentlichen Rezeption kann sich die interne Repräsentation eines Medieninhalts durch neue Erlebnisse und Perspektiven noch weiter verändern. Rezeptionen lassen sich also nicht auf die unmittelbar Textkenntnis und das primäre Textverständnis reduzieren, sondern münden in weitere Prozesse der Text- und Weltaneignung sowie der Meinungs- oder Haltungsbildung ein. Dabei werden die Informationen entmedialisiert, weil sie von körperlicher Nähe, direktem Austausch, Einfluss der sozialen Nahgruppe usw. überlagert werden.

Literatur: Krotz, Friedrich: Der symbolisch-interaktionistische Beitrag zur Untersuchung von Mediennutzung und -rezeption. In: Hasebrink, Uwe / Krotz, Friedrich (Hrsg.): *Die Zuschauer als Fernsehregisseure? Zum Verständnis individueller Nutzungs- und Rezeptionsmuster*. Baden-Baden/Hamburg: Nomos 1996 S. 52-75. – Krotz, Friedrich: *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch Medien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2001. – Krotz, Friedrich: *Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2007, v.a. 228ff.

From:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/r:rezeptionskaskade-8650>

Last update: **2014/12/17 21:30**

