berücksichtigt Methoden der Game Studies zu wenig. Bedingt durch die Interaktivität des Mediums können Entwickler zwar versuchen, von bestimmten Schlussfolgerungen zu überzeugen, jedoch bleibt es dem Spieler überlassen, ob er sich auf diese Versuche einlässt oder aber das Spiel nutzt, wie es ihm gefällt.

Lutz Schröder

Sabine Trepte / Leonard Reinecke
Medienpsychologie

Stuttgart: Kohlhammer, 2013. – 276 S.
(Grundriss der Psychologie; 27)
ISBN 978-3-17-021438-5

Als ich gefragt wurde, ob ich den Band „Medienpsychologie" von Sabine Trepte und Leonard Reinecke in der Reihe „Grundriss der Psychologie" rezensieren möchte, habe ich zugestimmt und ein weiteres dickes Lehrbuch der Medienpsychologie erwartet. Umso überraschter war ich, als das Buch dann ankam – eher ein Bändchen trotz der knapp 270 Seiten. Das handliche und kompakte Format weckt in jedem Fall die Leselust.

Für Leser, die mit der von Maria von Salisch und Bernd Leplow herausgegebenen Reihe noch nicht vertraut sind, macht das Geleitwort die primäre Zielgruppe deutlich: Bachelorstudenten. Die einzelnen Bände sollen unabhängig voneinander gelesen werden können und das Lehrgebiet des Bachelor-Studiums beschreiben. Dementsprechend ist das Buch auch gestaltet – in jedem Kapitel finden sich farblich abgesetzte Definitionen, Merksätze und am Ende jeweils Literaturempfehlungen und Fragen zur Selbstüberprüfung. Damit ist das Buch auf jeden Fall sehr studierendenfreundlich aufgebaut.

Inhaltlich gliedert es sich in Einleitung, Methoden der Medienpsychologie, Medienselektion, Medienrezeption, Medienwirkung, computervermittelte Kommunikation, Mensch-Computer-Interaktion und Medienkompetenz. Etwas überraschend schließt sich daran noch ein Kapitel zu den Berufsfeldern an.

Das einleitende Kapitel beginnt mit einer Definition der Medienpsychologie, ausgehend von den beiden Wortbestandteilen Medien und Psychologie. Verwirrenderweise fokussiert der Medien-Abschnitt zunächst nur auf Massenmedien. Hier wäre es hilfreicher gewesen, die grobe Unterscheidung in Massen- und Individualkommunikation erst anzukündigen, bevor ins Detail gegangen wird. Als mögliche Strukturierungsdimensionen werden dann die psychologische Trias von Emotion, Kognition und Verhalten sowie die Einteilung anhand der Formen der Mediennutzung (Selektion, Rezeption, Wirkung, medienvermittelte Kommunikation) vorgestellt. Der Oberbegriff „Formen" ist nicht ganz glücklich gewählt, da Selektion, Rezeption und Wirkung sich auch auf die medienvermittelte Kommunikation anwenden ließen.

Das Methodenkapitel behandelt vor allem Experiment, Befragung und psychophysiologische Methoden. Das Experiment wird implizit favorisiert, da dazu nicht wie bei den anderen Methoden die Vor- und Nachteile aufgeführt werden. Auch in den weiteren Kapiteln werden immer wieder exemplarisch Experimente zum jeweiligen Thema näher beschrieben. Damit richtet sich der Band vor allem auf die quantitativen und klassischen Methoden der Psychologie; Inhaltsanalyse und qualitative Verfahren werden unter *weitere Methoden* abgehandelt.

Im Allgemeinen geben die Kapitel einen guten Überblick über die jeweiligen Themen. Die Darstellung ist kurz und prägnant. Im Kapitel zur Medienrezeption wird dicht gedrängt eine solche Fülle von Ansätzen vorgestellt, dass der Leser schon beinahe den Überblick verliert. Der Abschnitt über Unterhaltungserleben hätte vielleicht besser an den Schluss gestellt werden können, um mit einer eingehenderen Beschreibung des *Model of Complex Entertainment Experiences* stärker eine integrierende Klammer zu bieten.

Beim Thema Medienwirkung werden zunächst allgemeine theoretische Ansätze zur kognitiven und emotionalen Medienwirkung erläutert, bevor die Effekte auf aggressives und (verringertes) prosoziales Verhalten in einem separaten Kapitel behandelt werden. Auch hier zeigt sich, dass es schwierig ist, die Medienwirkungsforschung in einem begrenzten Band darzustellen. Der Fokus liegt auf Bereichen, die sich gut experimentell untersuchen lassen; Kultivierungseffekte werden dagegen nicht besprochen.

Ab Kapitel 7 wendet sich das Buch eher der Individualkommunikation zu. Das Kapitel zur computervermittelten Kommunikation weist jedoch einige Schwächen auf. Bei der Beschreibung der klassischen Modelle kommt der historische Kontext zu kurz. Die Entwicklung von anonymen/pseudonymen Formen der computervermittelten Kommunikation hin zur nonymen Kommunikation in sozialen Netzwerken und die Implikationen für die jeweiligen Modelle hätten deutlicher herausgearbeitet werden können. Der Social Information Processing-Perspektive von Walther wird der Status als Modell oder Theorie abgesprochen, es werden

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-3-440 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

aber auch nicht alle von Walther postulierten Prozesse beschrieben (beispielsweise die Annahme, dass Nutzer durchaus motiviert sind, sich einen Eindruck vom Interaktionspartner zu formen). Auch die Darstellung des SIDE-Modells bleibt zu oberflächlich. Die konzeptuell wichtige Unterscheidung zwischen Anonymität und Identifizierbarkeit wird nicht deutlich herausgearbeitet und der strategische Aspekt fehlt ganz. Zur Illustration wird eine Studie von 1990 beschrieben, die eher als Vorstudie für das 1995 postulierte Modell gelten kann und daher auch Anonymität und Identifizierbarkeit nicht sauber trennt.

Die nachfolgenden Kapitel zu Mensch-Computer-Interaktion und zur Medienkompetenz geben wiederum einen guten Überblick. Auch die Probleme bei der Messung von Medienkompetenz werden deutlich benannt.

Das abschließende Kapitel zu den Berufsfeldern zeigt mögliche Tätigkeitsfelder auf. Hier sollte noch erwähnt werden, dass Absolventen doch oft in Konkurrenz mit Kommunikationswissenschaftlern stehen. Da es kaum reine Medienpsychologie-Studiengänge und entsprechend wenig Absolventen gibt, endet das Kapitel allerdings recht offen und für manchen Absolventen damit vermutlich etwas unbefriedigend.

Insgesamt ist das Buch für Bachelorstudierende durchaus geeignet, sich in die zentralen Themen der Medienpsychologie einzuarbeiten. Die prägnante Darstellung, die Definitionen und Merksätze helfen bei der Gliederung des Stoffes; für ein erfolgreiches Studium ist jedoch auch die Berücksichtigung der weiterführenden Literaturempfehlungen anzuraten.

Sonja Utz

Nanna Verhoeff

Mobile Screens

The Visual Regime of Navigation

Amsterdam: University Press, 2012. – 176 S.

ISBN 978-9089643797

Als Regime wird „ein institutionalisiertes Set von Prinzipien, Normen und Regeln“ bezeichnet, „das die Umgangsweise der Akteure in seinem gegebenen Handlungszusammenhang grundlegend regelt“ (Zürn 1998: 548). Nanna Verhoeff hat sich in ihrer Monographie das ambitionierte Ziel gesetzt, ein solches Regime zu proklamieren, das sie im Untertitel als visuelles Regime der Navigation bezeichnet. Installiert wurde es durch einen „navigational turn“ (S. 13), eine neuerliche Kehre, als Synthese von visueller und räumlicher Wende, kombiniert mit einer Hinwendung zur Mobilität. Um dem Anspruch gerecht zu werden, ihre Bestandsaufnahme auf die gesamte visuelle Kultur auszudehnen, überträgt die Autorin den Regime-Begriff in Anlehnung an Martin Jay auf kulturelle Praktiken (S. 15). Dem navigatorischen Regime wird in fünf Kapiteln versucht, mittels einer theoretisch-historischen Analyse beizukommen. Die Methodik besteht darin, die Verbindungen zwischen Betrachtern, Rezeptionsräumen und medialen Räumen in diachronisch-vergleichenden „case studies“ (S. 15) einer Detailanalyse zu unterziehen. Diesem Vorgehen entsprechend dienen einzelne Präsentationsmedien als Ankerpunkte, die auf ihre jeweiligen Blick- und Mobilitätsspezifika hin untersucht werden. An die Stelle kurzlebiger Zäsuren treten dabei langsame, graduelle Übergänge – vom statischen Gemälde in der Rotunde des Panoramas zum virtuell-mobilisierten Film im Kino (Kapitel 1), vom Display als Fenster zum mobilen Multi Touch Screen (Kapitel 3), vom anschaulichen, urbanen Display zur interaktiven Hybridinstallation (Kapitel 4) und schließlich von der statischen Karte zur beweglichen Augmented-Reality-Plattform (Kapitel 5).

Sehen bedeutet stets auch Navigieren, könnte man die Kernaussage, wenn auch äußerst verkürzt, zusammenfassen. Die durchgehaltene, strikte Fokussierung auf einen performativen und haptischen Umgang mit der Technologie hat dabei zum Ziel, die navigatorische Dimension visueller Medien herauszuarbeiten. Dabei könnten die Kernbegriffe navigatorisch, performativ und haptisch um tiefergehende Präzisierungen ergänzt werden, statt ihre Bedeutung fast ausschließlich aus den Objekteigenschaften herzuleiten. Dies zeigt sich gleich zu Beginn. Ausgangspunkt bildet der „panoramatische Komplex“ als eine Art Vorläufer des räumlich-visuellen Navigationsregimes. Die Darstellung springt hier von der Visualität zur Immersion, streift Virilios Windschutzscheibe, passiert Marc Augés Nicht-Orte und landet in Andre Bazins Mythos des totalen Kinos (S. 28-34). Der Wechsel zwischen theoretischer und historischer Betrachtung ist vor allem textdramaturgisch schlüssig, aber auf dem etwas zu geradlinig anmutenden Weg werden lediglich Übergänge exponiert, zwischen denen große Lücken klaffen. Dabei ist der Einbezug medialer Objekte im Hinblick auf das Wechselspiel von Theorie und Methode durchaus gut gelungen. Dazu heißt es im zweiten Kapitel, das Nachdenken über die visuelle Kultur sei durch eine Reflektion über ihre jeweiligen Medien zu bewerkstelligen: „I contend that reflexivity in a

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-3-440 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY