



**Tanja Evers:**  
*Ich poste, also wähle! mich! Parteien auf Facebook im Bundestagswahlkampf.* Baden-Baden 2019: Nomos. 430 Seiten, 79,00 Euro



**Markus Appel (Hrsg.):**  
*Die Psychologie des Postfaktischen. Über Fake News, „Lügenpresse“, Clickbait & Co.* Wiesbaden 2020: Springer. 215 Seiten, 19,99 Euro



**Martin Geisler:**  
*Digitale Spiele in der Medienpädagogik. Einstellungen, Erfahrungen und Haltungen von Spielleitenden.* München 2019: kopaed. 257 Seiten, 18,80 Euro

## Parteien auf Facebook

Tanja Evers hat in ihrer Dissertation untersucht, wie sich Parteien im Bundestagswahlkampf auf Facebook präsentieren. Dazu führte sie Experteninterviews mit den Wahlkampfstrategen der Parteien durch und analysierte die Facebook-Kampagnen der Parteien in den zehn Wochen vor dem Wahltermin. Ein bedeutsames Ergebnis ihrer Analyse ist, „dass mehr als die Hälfte aller Postings keinen thematischen Bezug aufweist, weder zu einem politischen Feld noch zu einer konkreten sachpolitischen Frage“ (S. 377). Eine Ausnahme bildet hier lediglich die FDP. Dafür nimmt die Emotionalität der Beiträge zu, insbesondere, je näher der Wahltermin rückt. Vor allem die AfD setzt auf die Gefühle der User. Knapp zwei Drittel der Postings sind personalisiert, wobei vor allem die Spitzenkandidatinnen und -kandidaten im Mittelpunkt stehen. Sehr interessant sind zwei weitere Ergebnisse. Die Einschätzung der Wahlkampfstrategen, welche Themen besonders wichtig sind, weicht „teilweise erheblich von der Einschätzung der User ab“ (S. 382). Die Möglichkeit des Dialogs mit den Wählerinnen und Wählern wird einerseits wenig genutzt, andererseits zeigt sich, dass solche Angebote aber von den Userinnen und Usern kaum genutzt werden: „So erreicht ein Posting, das zum Dialog auffordert, mehr als 400 Reaktionen weniger als eine einseitige Facebook-Botschaft“ (S. 384). Evers hat eine wichtige Studie zum Wahlkampf mit sozialen Medien vorgelegt, die viele interessante Einzelergebnisse zu bieten hat.

Prof. Dr. Lothar Mikos

## Die Psychologie des Postfaktischen

Fake News, Lügenpresse, Trolling, Native Advertising, Clickbait, Microtargeting, Filter Bubbles, Echo Chambers, Social Bots – all diese neuen Phänomene können unter dem Sammelbegriff des Postfaktischen subsumiert werden. Sie bestreiten massiv das Internet und die sozialen Netzwerke, wie die Autorengruppe um den Würzburger Medienpsychologen in diesem Sach- und Lehrbuch auf verständliche und anschauliche Weise darstellt. Die Phänomene werden definiert, anhand von Beispielen erläutert, differenziert und eingeordnet sowie ihr Entstehen und ihre Wirkweisen mittels verfügbarer, vorzugsweise psychologischer Studien erklärt. Die letzten Kapitel des Bandes versuchen, mittels übergreifender Kategorien grundsätzliche Befunde und Erklärungen zu liefern: etwa über Nachrichtenfaktoren und Verschwörungstheorien, über selektive Wahrnehmung und kognitive Verzerrungen, über das Verhältnis von Realität und Fiktion, über Mundpropaganda und virales Marketing. Schließlich werden noch Überlegungen angestellt, wie sich das Postfaktische eindämmen lassen kann. So willkommen und nützlich solch ein Sachbuch ist und sicherlich auch von einer breiten Leserschaft aufgenommen werden wird, da es nur mit psychologischen und oft auch anthropologischen Ansätzen argumentiert und andere Disziplinen ignoriert oder nur kurz streift – wie etwa bei den Nachrichtenfaktoren –, bleiben die Explikationen mitunter einseitig und empirisch kleinteilig.

Prof. i. R. Dr. Hans-Dieter Kübler

## Digitale Spiele in der Medienpädagogik

Die vorliegende Studie ist ein gelungenes Beispiel medienpädagogischer Praxisforschung im Kontext kultureller Bildung. Der Autor ist Professor für Kultur und Medien im Fachbereich „Sozialwesen“ an der Ernst-Abbe-Hochschule Jena. Sein Fokus richtet sich, wie in der Sozialen Arbeit üblich, auf die Haltung der Menschen, die als Pädagoginnen und Pädagogen mit digitalen Spielen arbeiten. Nicht die Genres und Inhalte digitaler Spiele, sondern die Intentionen und Erfahrungen von Spielleitenden stehen im Vordergrund. Pädagogik mit digitalen Spielen wird mit allgemeinen Theorien von Spiel, Kommunikation und Gruppenarbeit in Kontexten eher nonformaler kultureller Bildung verbunden. Dieser weite Blick auf eine Einordnung digitaler Spiele in den größeren Rahmen von Spiel und Pädagogik sowie Kultur und Bildung kennzeichnet den Ansatz Geislers. Um Empfehlungen zur Praxis von Spielleitenden herausarbeiten zu können, hat der Autor eine quantitative Onlinebefragung (92 TN) durchgeführt sowie zehn narrative Interviews inhaltsanalytisch ausgewertet. Etwas zu kurz kommen Beispiele, was die Praktiker konkret mit welchen digitalen Spielen machen. Viele interessante Details, die Projekte der Spielpädagogik mit digitalen Medien beeinflussen, werden herausgearbeitet und am Ende zu einer Liste von 149 „Haltungsempfehlungen“ verdichtet. Dabei wird auch die Ambivalenz zwischen Jugendschutz, Spielpraxis der Jugendlichen und pädagogischen Chancen thematisiert.

Prof. Dr. Bernward Hoffmann