

# Vorwort

Medienpsychologie adressiert die spannendsten Themen unserer Zeit: Das menschliche Erleben und Verhalten als immer herausforderndes wissenschaftliches Thema auf der einen Seite und ultrakomplexe, ästhetisch und kulturell geprägte Medienangebote auf der anderen. Mit kaum einer anderen Tätigkeit verbringen Menschen so viel Zeit wie mit der Mediennutzung, so dass ihre Gefühle, Gedanken und Handlungen in erheblichem Maße von Mediennutzung und Medienkommunikation geprägt sind. Gleichzeitig sind Medien immer auch ein Ergebnis und Produkt der menschlichen Auseinandersetzung.

Wir finden das Fach Medienpsychologie so inspirierend wie kein anderes. Unseren Studierenden geht es häufig ebenso, und ihnen möchten wir diesen Band widmen. Wir sind dankbar dafür, dass sie unsere Begeisterung teilen, und auch dafür, dass sie ihre Medienrepertoires und Vorstellungen zur Mediennutzung diskutieren. Mit ihren daraus resultierenden Fragen erweitern sie immer wieder aufs Neue das Themenspektrum der medienpsychologischen Forschung und ermöglichen uns, das Fach Medienpsychologie niemals nur akademisch, sondern auch im Spiegel ihrer Medienrealität zu verstehen.

Die zweite Auflage des Bandes »Medienpsychologie« ist zur ersten Auflage weitgehend unverändert.

Sabine Trepte und Leonard Reinecke