

<b>Modulbezeichnung:</b>	<b>Medien- und Kommunikationspsychologie</b>	
<b>Modulnummer:</b> DLMWPMKP	<b>Semester:</b> --	<b>Dauer:</b> Minimaldauer 1 Semester
<b>Modultyp:</b> Pflicht		<b>Regulär angeboten im:</b> WS, SS
<b>Workload:</b> 150 h		<b>ECTS Punkte:</b> 5
<b>Zugangsvoraussetzungen:</b> keine		<b>Unterrichtssprache:</b> Deutsch
<b>Kurse im Modul:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medien- und Kommunikationspsychologie (DLMWPMKP01)</li> </ul>		<b>Workload:</b> Selbststudium: 100 h Selbstüberprüfung: 25 h Tutorien: 25 h
<b>Kurskoordinatoren/Tutoren::</b> Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		<b>Modulverantwortliche(r):</b> Dr. Julia Pitters
<b>Bezüge zu anderen Programmen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Master General Management</li> <li>• Master Projektmanagement</li> <li>• Master Personalmanagement</li> </ul>		<b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesprächsführung und Kommunikationstechniken</li> <li>• Coaching und Beratung</li> <li>• Konsumentenverhalten und Kundenbindung</li> <li>• Customer Journey</li> </ul>
<b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</b>		
Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• den Gegenstandsbereich der Kommunikations- und Medienpsychologie zu beschreiben sowie deren Grundlagen zu benennen.</li> <li>• ausgewählte Konzepte der Kommunikation und die kognitive Verarbeitung von Medienbotschaften zu verstehen.</li> <li>• die Rolle der Medien- und Kommunikationspsychologie im wirtschaftspsychologischen Kontext einzuordnen.</li> <li>• die Prinzipien der psychologischen Voraussetzungen von gelungener und gestörter Kommunikation zu bewerten.</li> <li>• Kommunikation ziel- und nutzerorientiert zu gestalten.</li> <li>• Kommunikationsabläufe und Verständigungsprozesse auszuwerten, zu steuern und zu optimieren.</li> <li>• die psychologische Wirkung medialer Welten zu gestalten und zu beurteilen.</li> </ul>		
<b>Lehrinhalt des Moduls:</b>		

- Gegenstandsbereich der Kommunikationspsychologie
- Grundlagen der Kommunikationspsychologie
- Besondere Konzepte der Kommunikation
- Medienpsychologie
- Grundlagen der Medienpsychologie
- Kognitive Verarbeitung von Medienbotschaften
- Eintauchen in mediale Welten
- Spezielle mediale Wirkungsbereiche

<b>Lehrmethoden:</b>	Siehe Kursbeschreibung	
<b>Literatur:</b>	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	
<b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms:</b>  --	<b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b>	<b>Abschlussprüfungen:</b>
	Siehe Kursbeschreibung	<b>DLMWPMKP01:</b> Klausur, 90 Min. (100%) <b>oder</b> Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit (100%)

<b>Kursnummer:</b> DLMWPMKP01	<b>Kursname:</b> Medien- und Kommunikationspsychologie	<b>Gesamtstunden:</b> 150 h  <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS
<b>Kurstyp:</b> Pflicht <b>Kursangebot:</b> <b>Kursdauer:</b> Minimaldauer 1 Semester		<b>Zugangsvoraussetzungen:</b> keine
<b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b> Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		<b>Bezüge zu anderen Modulen:</b> Siehe Modulbeschreibung
<p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Medien und die mit ihnen verbundenen Technologien sind in der heutigen Informationsgesellschaft von zentraler Bedeutung für das Arbeits-, Konsum- und Freizeitverhalten von Menschen. Die gesellschaftliche Bedeutung von Medien vergrößert sich ständig und die technologische Entwicklung, insbesondere computerbasierter Medien schreitet kontinuierlich fort. Der Einfluss von Medien auf Menschen und die daraus resultierende Wirkung werden in dem Kurs näher betrachtet. Er vermittelt Wissen zum menschlichen Mediennutzungsverhalten.</p> <p>Die Informationsaufnahme, die Medienwirkung und das daraus resultierende Verhalten werden dabei ebenso betrachtet wie unterschiedliche Medienkanäle und der Mediennutzung vorausgehende Handlungen sowie den sie begleitenden Kognitionen und Emotionen. Die Studierenden lernen Modelle der Medienwirksamkeit, der Mediensozialisation ebenso kennen, wie die Urteilsbildung von Menschen in Verbindung mit der Kommunikation von Medienbotschaften. Darüber hinaus setzt sich der Kurs mit psychologisch-gesellschaftlich wichtigen Themen wie z.B. dem Zusammenhang von Medien und Gewalt, Medien und Emotionen auseinander. Aber auch Mobilkommunikation und die Kommunikation in den sozialen Medien spielen eine wichtige Rolle.</p> <p>Um ein fundiertes Verständnis für die Medienpsychologie aufzubauen ist es unerlässlich sich mit dem Bereich der Kommunikation an sich zu beschäftigen, da sie über Medien verbreitet wird und ihren zentralen Gegenstandsbereich bildet. Kommunikation ist alltäglich und verläuft bei allgemeiner Betrachtung scheinbar selbstverständlich. Meist hinterfragt man sie nicht. Erst bei Missverständnissen und bei Misserfolgen stellt sich die Frage, unter welchen Bedingungen sie abläuft und wie man sie verbessern kann. Es gibt keinen Bereich, in dem Verständigungsprozesse nicht erforderlich sind und sich die Anforderungen zur Gestaltung kommunikativer Prozesse rasch und kontinuierlich verändern. Daher bildet diesbezügliche Kompetenz die Grundlage für eine gelungene Kommunikation. Diese wird im Kurs vermittelt.</p> <p>Der Kurs betrachtet darüber hinaus die verschiedenen Formen der zwischenmenschlichen Kommunikation mit den dazu zugehörigen Modellen und Theorien sowie den ihr zugrundeliegenden Ebenen und Strukturen. Er bezieht ausgewählte Konzepte der Kommunikation hinsichtlich ihrer Anwendung im wirtschaftspsychologischen Kontext an der Schnittstelle Mensch und Unternehmen mit ein. Studien und Anwendungsfälle finden dabei ebenso ihre Berücksichtigung.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• den Gegenstandsbereich der Kommunikations- und Medienpsychologie zu beschreiben sowie deren Grundlagen zu benennen.</li> <li>• ausgewählte Konzepte der Kommunikation und die kognitive Verarbeitung von Medienbotschaften zu verstehen.</li> <li>• die Rolle der Medien- und Kommunikationspsychologie im wirtschaftspsychologischen Kontext einzuordnen.</li> <li>• die Prinzipien der psychologischen Voraussetzungen von gelungener und gestörter Kommunikation zu bewerten.</li> <li>• Kommunikation ziel- und nutzerorientiert zu gestalten.</li> <li>• Kommunikationsabläufe und Verständigungsprozesse auszuwerten, zu steuern und zu</li> </ul>		

- optimieren.
- die psychologische Wirkung medialer Welten zu gestalten und zu beurteilen.

### **Lehrmethoden:**

Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

### **Inhalte des Kurses:**

#### **1. Gegenstandsbereich der Kommunikationspsychologie**

- 1.1 Definition – Kommunikation
- 1.2 Anwendungsbereiche der Kommunikationspsychologie
- 1.3 Kommunikationsmodelle
- 1.4 Axiome der Kommunikation

#### **2. Grundlagen der Kommunikationspsychologie**

- 2.1 Ebenen der Kommunikation
- 2.2 Wahrnehmungskanäle und Repräsentationssysteme
- 2.3 Wohlformulierte und gehirngerechte Ziele
- 2.4 Metamodell der Sprache
- 2.5 Einsatzmöglichkeiten des Metamodells der Sprache

#### **3. Besondere Konzepte der Kommunikation**

- 3.1 Gewaltfreie Kommunikation
- 3.2 Transaktionsanalyse
- 3.3 Das Nachrichtenquadrat – Vier Seiten einer Nachricht (Schulz von Thun)
- 3.4 Limbic-Modell

#### **4. Medienpsychologie**

- 4.1 Gegenstandsbereich der Medienpsychologie
- 4.2 Rolle der Kommunikation in den Medien
- 4.3 Psychologie der Medienkommunikation

#### **5. Grundlagen der Medienpsychologie**

- 5.1 Mediennutzung und Medienrezeption
- 5.2 Medienkanäle und Medienwahl
- 5.3 Medienwirkung
- 5.4 Mediensozialisation

#### **6. Kognitive Verarbeitung von Medienbotschaften**

- 6.1 Aufmerksamkeitsprozesse
- 6.2 Kognitive Prozesse der Informationsaufnahme
- 6.3 Informationsverarbeitung
- 6.4 Soziale Kognition und Urteilsbildung
- 6.5 Kognitive Wirkung von Medien

#### **7. Eintauchen in mediale Welten**

- 7.1 Psychologische Wirkung von Computerspielen
- 7.2 Psychologische Wirkung von virtuellen Welten
- 7.3 Psychologische Wirkung von mobiler Kommunikation
- 7.4 Psychologische Wirkung von Social Media

## **8. Spezielle mediale Wirkungsbereiche**

8.1 Medien und Emotionen

8.2 Medien und Gewalt/Aggression

8.3 Medien und prosoziales Verhalten

8.4 Medien und Pornografie

### **Literatur:**

- Batinic, B./Appel, M. (2008): Medienpsychologie. Springer, Berlin, ISBN 978-3-540-46894-3.
- Häusel, H.-G. (2014): Think Limbic! 5. Aufl., Haufe-Lexware, Freiburg, ISBN 978-3-64805-883-1.
- Horz, H. (2020): Medienpsychologie. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, ISBN 978-3-53116-708-4.
- Krämer, N. et al. (2016): Medienpsychologie – Schlüsselbegriffe und Konzepte. 2. Aufl., Kohlhammer, Stuttgart, ISBN 978-3-17026-137-2.
- Mangold, R./Vorderer, P./Bente, G. (2004): Lehrbuch der Medienpsychologie. Hogrefe, Göttingen, ISBN 978-3-80171-489-5.
- O'Connor, J./Seymour, J. (2013): Neurolinguistisches Programmieren: Gelungene Kommunikation und persönliche Entfaltung. 20. Aufl., VAK, Kirchzarten, ISBN 978-3-86731-070-3.
- Röhner, J./Schütz, A. (2016): Psychologie der Kommunikation. 2. Aufl., Springer, Berlin, ISBN 978-3-65810-023-0.
- Rosenberg, M. B. (2016): Gewaltfreie Kommunikation. 12. Aufl., Junfermann, Paderborn, ISBN 978-3-95571-572-4.
- Six, U./Gleich, U./Gimmler, R. (2007): Kommunikationspsychologie und Medienpsychologie. BELTZ, Weinheim, ISBN 978-3-621-27591-0.
- Stewart, I./Joines, V. (2014): Die Transaktionsanalyse. 12. Aufl., Herder, Freiburg, ISBN 9783451055232.
- Trepte, S./Reinecke, L. (2012): Medienpsychologie. Kohlhammer, Stuttgart, ISBN 978-3-17021-438-5.

### **Prüfungsleistung:**

Klausur, 90 Minuten **oder** Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

### **Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 100

Selbstüberprüfung (in Std.): 25

Tutorien (in Std.): 25