

Modulbezeichnung:	Medienpsychologie	
Modulnummer: DLBMIMPS	Semester: --	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modultyp: Pflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 150 h		ECTS Punkte : 5
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none">• Medienpsychologie (DLBMIMPS01)		Workload: Selbststudium: 90 h Selbstüberprüfung: 30 h Tutorien: 30 h
Kurskoordinatoren/Tutoren:: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. André Hollstein
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none">• Bachelor Mediendesign		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: keine
Qualifikations- und Lernziele des Moduls : Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none">• die Funktionsweise der visuellen und auditiven Wahrnehmung und den Wahrnehmungsapparat zu beschreiben.• Konzepte und Theorien zum menschlichen Gedächtnis und Einflussfaktoren auf das Gedächtnis zu beschreiben und abzugrenzen.• Konzepte und Theorien zur individuellen Medienselektion und Medienrezeption zu beschreiben und abzugrenzen.• Wirkungsmodelle von Medien zu beschreiben und voneinander abzugrenzen.• zu ausgewählten Aspekten im Bereich Medien und Gesellschaft Wirkungstheorien zu erklären.		
Lehrinhalt des Moduls: <ul style="list-style-type: none">• Grundlagen der Medienpsychologie• Menschliche Wahrnehmung• Wissensrepräsentation und Gedächtnis• Medienselektion und Medienrezeption• Medienwirkung• Medien und Gesellschaft		
Lehrmethoden:	Siehe Kursbeschreibung	
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	

Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms : --	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung	<ul style="list-style-type: none"> DLBMIMPS01: Klausur 90 Min. (100 %)

Kursnummer: DLBMIMPS01	Kursname: Medienpsychologie	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot : Kursdauer : Minimaldauer 1 Semester		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Dieser Kurs bietet einen Einstieg und Überblick über das Gebiet der Medienpsychologie. Nach einem Überblick über dieses Fachgebiet und dessen Entwicklung, wird zunächst der menschliche Wahrnehmungsapparat vorgestellt und die visuelle und auditive Wahrnehmung diskutiert. Anschließend wird vermittelt, wie das menschliche Gehirn aufgebaut ist und welche Theorien es zum Gedächtnis gibt. Danach wird vorgestellt, wie die individuelle Medienselektion und Medienrezeption funktioniert, bevor einige Modelle für die Medienwirkung diskutiert werden. Abschließend werden Theorien aus dem Gebiet Medien und Gesellschaft vorgestellt.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Funktionsweise der visuellen und auditiven Wahrnehmung und den Wahrnehmungsapparat zu beschreiben. • Konzepte und Theorien zum menschlichen Gedächtnis und Einflussfaktoren auf das Gedächtnis zu beschreiben und abzugrenzen. • Konzepte und Theorien zur individuellen Medienselektion und Medienrezeption zu beschreiben und abzugrenzen. • Wirkungsmodelle von Medien zu beschreiben und voneinander abzugrenzen. • zu ausgewählten Aspekten im Bereich Medien und Gesellschaft Wirkungstheorien zu erklären. <p>Lehrmethoden:</p> <p>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.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1. Grundlagen der Medienpsychologie</p> <p>1.1 Gebiete der Psychologie und Medienpsychologie 1.2 Geschichte der Medienpsychologie 1.3 Methoden der Medienpsychologie</p> <p>2. Menschliche Wahrnehmung</p> <p>2.1 Visuelle Wahrnehmung 2.2 Visuelle Mustererkennung 2.3 Auditive Wahrnehmung 2.4 Erkennen gesprochener Sprache</p> <p>3. Wissensrepräsentation und Gedächtnis</p>		

- 3.1 Gehirnregionen
- 3.2 Konzeptuelles Wissen
- 3.3 Gedächtnis und Gehirn
- 3.4 Kurz-, Mittel-, Langzeitgedächtnis
- 3.5 Einflussfaktoren auf Gedächtnis

4. Medienselektion und Medienrezeption

- 4.1 Persönliche Medienwahl
- 4.2 Kognitive Verarbeitung
- 4.3 Emotionen bei der Medienrezeption
- 4.4 Eintauchen in mediale Welten

5. Medienwirkung

- 5.1 Computervermittelte Kommunikation
- 5.2 Modelle der computervermittelten Kommunikation
- 5.3 Sozial-kognitive Prozesse
- 5.4 Kognitive Medienwirkung

6. Medien und Gesellschaft

- 6.1 Medien und Werbung
- 6.2 Medien und Politik
- 6.3 Medienvermittelte Stereotype und Vorurteile

Literatur:

- Trepte, S./Reinecke, L. (2013): Medienpsychologie. Kohlhammer, Stuttgart.
- Batinic, B./Appel, M. (Hrsg.) (2008): Medienpsychologie. Springer, Heidelberg.
- Funke, J./Anderson, J.R. (Hrsg.) (2013): Kognitive Psychologie. 7. Auflage, Springer VS, Heidelberg.
- Wentura, D. (2013): Kognitive Psychologie. Springer VS, Wiesbaden.

Prüfungsleistung:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90
Selbstüberprüfung (in Std.): 30
Tutorien (in Std.): 30