

Curriculum Medienpsychologie

Der hier dargestellte Vorschlag für ein Curriculum Medienpsychologie bezieht sich auf Medienpsychologie als Teilfach eines **Diplomstudienganges Psychologie** und stellt die Ausarbeitung für das **Basisfach-** und das **Vertiefungsfach-**Modell dar. Vorstellbar ist sowohl eine Implementierung dieser Modelle als Anwendungsfach (wie Erziehungspsychologie oder Klinische Psychologie im Hauptstudium) als auch in Form eines wählbaren Nebenfaches. Der Entwurf lässt sich potentiell umformulieren in einen **BA-/MA-Studiengang** (hier allerdings auch als Teil eines Psychologischen Studiengangs; dazu aus RPO-Entwurf: Bei studienbegleitenden Prüfungen kann das Hauptstudium so gegliedert werden, dass die Fachprüfungen gemäß § 28 Abs. 1 a, c der RPO bis zum Ende des sechsten Semesters abgelegt werden. Inklusive Grundstudium entspricht dies in etwa dem Umfang eines Bachelor-Studienganges. Vertiefungsgebiete, Berufspraktikum, Diplomarbeit und ergänzende Fachprüfungen gemäß § 28 Abs. 2 der RPO entsprechen insgesamt in etwa dem Umfang eines Master-Studiengangs. Damit ist das Diplom in Psychologie einem Masterabschluss in Psychologie äquivalent.). Um das Curriculum einbetten zu können in interdisziplinäre Studiengänge mit dem Thema „Medienforschung/Medienwissenschaft“, müssten noch deutliche Anpassungen in Bezug auf psychologische Grundlagen und Methoden geleistet werden.

1. Fachbeschreibung

Medienpsychologie beschäftigt sich mit dem menschlichen Erleben und Verhalten im Zusammenhang mit der Nutzung von Medien. Das Spektrum der betrachteten Medien umfasst sowohl Massenmedien als auch Medien der Individualkommunikation, sowohl klassische Medien als auch sogenannte neue Medien, es reicht also von Printmedien und Fernsehen über Telefon und Email bis zu Internet und Multimedia. Im Vordergrund des Faches stehen Fragen der Medienwahl, der Wahrnehmung, der Verarbeitung und des Erlebens von Medieninhalten sowie Fragen der Medienwirkung (kurz- und langfristige kognitive, emotionale, motivationale Wirkungen, Handeln als Folge der Medienrezeption etc.). Gegenstand ist ferner die nutzergerechte Gestaltung von Medien. Dazu verbindet Medienpsychologie Modelle und Befunde verschiedener psychologischer Teildisziplinen (Allgemeine, Differentielle, Sozial-, Entwicklungspsychologie u.a.) mit eigenen theoretischen und empirischen Ansätzen. Da sich individuelle Mediennutzung und –wirkungen im Kontext überindividueller Einflussfaktoren vollziehen, ist Medienpsychologie auch interdisziplinär orientiert (Medienpädagogik, Mediensoziologie, Sprachwissenschaft, Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Informatik etc.).

2. Berufsfeld

Medien durchdringen nahezu alle Bereiche des Alltags vom Arbeitsplatz bis in den Freizeitbereich. Zu den Aufgaben der Medienpsychologie gehört die Erklärung von Mediennutzung und Medienwirkung. Medienpsychologie schafft eine Kompetenz, welche die Analyse, Gestaltung und Evaluation medialer Angebote ermöglicht. Auch Schulung, Training und Beratung von „Mediengestaltern“ (Programmierer, Informatiker, Designer, sowie Redakteure oder Moderatoren etc.) im Hinblick auf Fragen der Nutzung oder Wirkung der Medienpräsentation liegen im Aufgabenbereich des Medienpsychologen. Es ergeben sich zudem Tätigkeitsfelder an der Schnittstelle von Medien- und AO-Psychologie (z.B. im IT-Consulting, im Bereich der Gestaltung von Computer-Supported-Cooperative-Work) oder an der Schnittstelle von Medien- und pädagogischer Psychologie (z.B. Forschung und Entwicklung im Bereich e-learning, Forschung und Schulung zu Fragen der Medienkompetenz). Entsprechend finden sich Medienpsychologen vor allem in Medienanstalten (z. B. Verlage oder Sender), der Medienwirtschaft, der Medienforschung und in der IT-Branche.

3. Curriculum-Aufbau

Das Curriculum sieht einen Pool aus möglichen Veranstaltungen zu vier inhaltlichen Schwerpunkten (Modulen) des Studiums vor. In allen Modulen werden die unterschiedlichen Aspekte der Medienpsychologie, nämlich Medienwahl, Mediennutzung (die sowohl den Rezeptionsprozess als auch die Kommunikation mit Medien umfasst), Medienwirkung, Mediengestaltung sowie Mediensozialisation und Lernen mit Medien, berücksichtigt.

Modul 1: Überblick über Gegenstand, Theorien und Befunde der Medienpsychologie

z.B. Kommunikationsmodelle, historische Entwicklung der Medienforschung, Theorien der Medienpsychologie, (ausgewählte) Konzepte und Befunde zu Medienwahl und Mediennutzung, Kommunikation mit Medien, Medienwirkungen, Mediengestaltung, Mediensozialisation und Lernen mit Medien

Modul 2: Forschungsfelder und aktuelle Probleme der Medienpsychologie

- Medienwahl und Mediennutzung (Rezeptionsprozess)
- Kommunikation mit Medien
- Medienwirkung (kognitive, emotionale, motivationale, behaviorale Wirkungen)
- Mediengestaltung (z.B. für Information und Lernen, Unterhaltung)
- Mediensozialisation und Lernen mit Medien

Die Schwerpunkte im Sinne der zu behandelnden Medien können vor Ort gewählt werden, sollten aber in jedem Fall klassische und neue Medien berücksichtigen. In Frage kommen hier etwa: Fernsehen, Film, Hörfunk, Zeitung/Print, Musik, Computer (Lernprogramme, Computerspiele), Internet, Kommunikationsmedien (Videokonferenz, e-mail etc.)

Modul 3: Methoden der Medienpsychologie

- Überblick: Methoden der Medienpsychologie
- Methoden der Nutzungsforschung: Medienpsychologische Methoden zur Erfassung des Rezeptionsprozesses und der Medienwahl
- Methoden der Wirkungsforschung: Methoden zur Erfassung von psychologischen Wirkungen (kognitiv, emotional, motivational, behavioral)
- Methoden zur Untersuchung von Medienangeboten: Methoden der Inhaltsforschung und Strukturanalyse
- Spezifische Methoden (z.B. Online Research, Evaluationsforschung)

Modul 4: Anwendungen und Praxis der Medienpsychologie

- Wissenschaftliche Forschungsprojekte im Rahmen von Seminaren
- Eigene, betreute Forschungsarbeiten im Rahmen von Arbeitsgruppen
- Praxisprojekte in Kooperation mit Unternehmen, Institutionen und Verbänden (z. B. Entwicklung von Strategiekonzepten zur Vermittlung von Medienkompetenz)
- Praktika

Übersicht über mögliche Inhalte der Ausgangsmodule

Nachfolgend werden für die **Module 1 – 3** mögliche Inhalte aufgeführt. Die genannten Themen und theoretischen Konzeptionen sind als beispielhafte Vorschläge gedacht, welche Inhalte in den einzelnen Modulen behandelt werden können. Selbstverständlich sind auch andere Inhalte oder andere Schwerpunktsetzungen denkbar.

Modul 1: Gegenstand, theoretische Konzepte und Befunde der Medienpsychologie

Überblick über Gegenstandsbereiche und Theorien der Medienpsychologie; dies kann z.B. beinhalten

- Kommunikationsmodelle
- Historische Entwicklung der Medienforschung
- Theorien, Konzepte und Befunde zu Medienwahl und Mediennutzung, Kommunikation mit Medien, Medienwirkung, Mediengestaltung, Mediensozialisation und Lernen mit Medien (vgl. dazu auch Modul 2).

Modul 2: Forschungsfelder und aktuelle Probleme

1. Medienwahl und Mediennutzung

- Medienwahl:
Uses-and-Gratifications, Programmtreue, Kanaltreue, Lead-in-Effekte, Erwartungs-Wert-Modell der Sendungswahl, Fernsehprogrammauswahl, Task-Medium-Fit, soziale Vergleichsprozesse, emotionale Selektionsprozesse (mood management, selective exposure), kognitive Selektionsprozesse (kognitive Dissonanz, Werte, Meinungen)
- Rezeptionsprozess:
 - kognitive Prozesse: Wahrnehmungspsychologische Prozesse, Aufmerksamkeitsprozesse Kontaktquote; Aufmerksamkeitserregung; aktive Fernsehzuwendung, Informationsverarbeitungsprozesse, Framing, Priming, identitätstheoretische Annahmen (Selbst und Medien)
 - emotionale Prozesse: Parasoziale Interaktion, Mood Management, Unterhaltung, Immersivität, vividness, interactivity, perceived reality; involvement, sensation seeking, Empathie (Kommotion)

2. Kommunikation mit Medien

Neben allgemeinen kognitionspsychologischen und sozialpsychologischen Konzeptionen z.B. auch Media-Richness-Konzept, Reduced Social Cues, SIDE, Grounding, Social presence, einführend Vergleich von Kommunikation mit versus ohne Medien (Stichwort: personale Medien)

3. Medienwirkung

Anmerkung: Zum Teil ergeben sich Überschneidungen zu den oben genannten Konzepten der Medienwahl und Mediennutzung, diese werden hier nicht nochmals aufgeführt

- kognitiv: Wissensklufft, Agenda-Setting, Kultivierung, two-step-flow-model (multi-step-flow-model), Diffusion, Schweigespirale, Third-Person-Effect
- emotional: Parasoziale Beziehungen, Excitation Transfer
- behavioral: z.B. Konzepte und Befunde zur Wirkung von Gewalt, prosoziales Verhalten; Wahlverhalten
- motivational

4. Mediengestaltung

Medien als kognitive Werkzeuge, Text-Bild-Schere, Instruktionspsychologische Überlegungen; Multimedia, Screen design, Web design und Schnittstellengestaltung

5. Mediensozialisation und Lernen mit Medien

- Mit Medien lernen: AIME, Aufmerksamkeit, Cognitive Load, Supplantation, (Short-Circuiting, Activation), Interaktivität, Wissensillusion (TV-Nachrichten)
- Mit Medien umgehen: Medienaneignung, Medienkompetenz, Media Literacy, televiewing skills

- Mediensozialisation: u.a. auch Medien-Ethik, wertegenerative Funktion von Medien, Stereotypenbildung

Jedliche der genannten Konzepte und Forschungsgebiete können in diesem Rahmen spezielle Vertiefung erfahren; Konzepte und Forschungsgebiete der Medienpsychologie können aber auch unter speziellen Aspekten behandelt werden, wie z.B. Gewalt, CMC, Virtuelle Realitäten, Affekt-Fernsehen, Wahlverhalten, Werbung

Modul 3: Methoden der Medienpsychologie

Allgemeines

medienpsychologische Untersuchungsverfahren: Experimente, Quasi-Experimente, Korrelative Studien, Qualitative Studien

Anmerkung: bestimmte Methoden müssen vorausgesetzt werden können (aufgrund der Einbettung in einen psychologischen Studiengang)

- Methoden der Nutzungsforschung (Methoden zur Untersuchung des Rezeptionsprozesses): Telemetrische Verfahren, Tagebuchmethode, Lautes Denken, psychophysiologische Verfahren, Blickbewegung
- Methoden der Wirkungsforschung (Erfassung kognitiver, emotionaler, motivationaler, behavioraler Wirkungen) z.B. Fragebogen, Verhaltensbeobachtung
- Untersuchung von Medienangeboten (Inhaltsforschung und Strukturanalyse): inhaltsanalytische Verfahren
- spezifische Methoden: Online-Research, Evaluationsforschung, Usability Testing, Verlaufsforschung, multikanale Prozessanalyse

Beispiele für mögliche Studienpläne

Aufbauend auf den oben aufgeführten Modulen werden im folgenden Vorschläge für die Gestaltung der Lehre in Medienpsychologie als Basis- und als Vertiefungsfach im Diplomstudiengang Psychologie gemacht. Es wird dabei unterschieden, ob Medienpsychologie

- nur als **Basisfach** angeboten wird
- nur als **Vertiefungsfach** angeboten wird (ohne dass vorher Medienpsychologie als Basisfach besucht wurde) oder
- sowohl als **Basisfach und Vertiefungsfach** angeboten wird (wobei die Absolvierung des Basisfaches Voraussetzung für den Besuch des Vertiefungsfaches ist).

Dabei wird davon ausgegangen, dass die Studierenden (nach 4 Semestern Vordiplom)

- im 5. und 6. Semester das Fach „Spezielle Methoden der Psychologie“ sowie zwei Basisfächer (mit mind. je 9 LP; wobei mind. ein Basisfach ABO, Klinische oder Pädagogische Psychologie sein muss, das zweite könnte z.B. Medienpsychologie sein) studieren (evtl. können in der örtlichen Prüfungsordnung auch weitere Fächer vorgesehen sein) - danach wäre ein Bachelor-Ausstieg möglich
- im 7. und 8. zwei Vertiefungsfächer (mit mind. je 18 LP) studieren,
- danach ein Berufspraktikum absolvieren und die Diplomarbeit schreiben.

Medienpsychologie als Basisfach

Ein Basisfach umfasst nach dem Entwurf der Rahmenprüfungsordnung mindestens 9 Leistungspunkte (entspricht ca. 6 SWS¹). Selbstverständlich können in der örtlichen Prüfungsordnung auch höhere LP-Zahlen festgelegt werden.

Ein Studienplan für Medienpsychologie als Basisfach könnte z.B. die Teilnahme an 3 Veranstaltungen vorsehen, etwa eine Überblicksvorlesung plus 2 Seminare. Ein Basisfach Medienpsychologie könnte aus jedem der Module 1 - 3 eine Veranstaltung beinhalten. Für die Veranstaltungen ist ein Leistungsnachweis zu erbringen. Um eine Anpassung des Studiengangs auf einen Bachelor-/Masterstudiengang zu ermöglichen, kann das Basisfach so angelegt werden, dass die Fachprüfung bis zum Ende des 6. Semester abgelegt wird.

¹ 1 LP entspricht einem Studienaufwand von knapp 30 Stunden; 30 LP entsprechen einem Semester Vollzeitstudium. Im folgenden wird für 1 SWS 1,5 LP angesetzt, je nach Arbeitsaufwand für die Teilnehmenden einer Veranstaltung können aber auch mehr LPs angesetzt werden.

Evtl. können Seminare zum Modul 3 „Methoden der Medienpsychologie“ auch innerhalb des Faches „Spezielle Methoden der Psychologie (Diagnostik, Evaluation, Forschungsmethoden)“ des Diplomstudienganges Psychologie behandelt werden. Dann könnte der Studienplan statt eines Seminars aus Modul 3 Methoden zusätzlich ein Seminar zu Modul 1 oder 2 vorsehen.

Basisfach Medienpsychologie (9 LP) – 5. und 6. Semester

Basismodul (3 LP)

- Vorlesung: Gegenstand, Theorien und Befunde der Medienpsychologie (3 LP)

Wahlmodule (6 LP)

Je 1 Seminar aus einem der beiden folgenden Bereiche:

- Forschungsfelder und aktuelle Probleme der Medienpsychologie:
Medienwahl und Mediennutzung (Rezeptionsprozess), Kommunikation mit Medien, Medienwirkung, Mediengestaltung sowie Mediensozialisation und Lernen mit Medien
TV, Hörfunk, Film, Print, Lernprogramme, Computerspiele, Internet oder Kommunikationsmedien (Videokonferenz, e-mail etc.)
- Methoden der Medienpsychologie:
Methoden der Nutzungsforschung (Methoden zur Untersuchung des Rezeptionsprozesses, Methoden der Wirkungsforschung (Erfassung kognitiver, emotionaler, motivationaler, behavioraler Wirkungen), die Untersuchung von Medienangeboten (Inhaltsforschung und Strukturanalyse), spezifische Methoden wie Online-Research oder Evaluationsforschung

Anmerkung: Die Wahl-Modul-Bestandteile können natürlich inhaltlich noch stärker konkretisiert werden (je nach Profil der Abteilung).

Beispiel Studienplan:

	Art der Veranstaltung	LP / SWS	Inhalte	Anteile aus Modul
5. Semester	Vorlesung	3 / 2	Überblick Medienpsychologie	Modul 1
	Seminar	3 / 2	Methoden der Medienpsychologie (Überblick oder auch Schwerpunktsetzung je nach Ausrichtung der jeweiligen Abteilung)	Modul 3
6. Semester	Seminar	3 / 2	Seminar Forschungsfeldern und aktuellen Problemen behandelt Mediengestaltung, Medienwahl und Mediennutzung, Kommunikation mit Medien und/oder Medienwirkung, Mediensozialisation und Lernen mit Medien (in diesem Rahmen können je nach Forschungsausrichtung der jeweiligen Abteilung klassische Medien oder neue Medien fokussiert werden, beides sollte aber mindestens in basalem Ausmaß vertreten sein)	Modul 2
	Fachprüfung		Studienbegleitende Prüfungen zu den einzelnen Veranstaltungen Oder: Halbstündige mündliche Prüfung oder dreistündige Klausur zu allen Inhalten der Vorlesungen und ausgewählten Inhalten der Seminare	

Medienpsychologie als Vertiefungsfach:

Ein Vertiefungsfach umfasst nach dem RPO-Entwurf mindestens 18 Leistungspunkte (entspricht etwa 12 SWS; selbstverständlich können in der örtlichen Prüfungsordnung auch höhere LP-Zahlen festgelegt werden). Dies kann z.B. die Teilnahme an 6 Veranstaltungen, davon ein Praktikum bzw. ein Praxis- oder Forschungsprojekt, beinhalten. Für die Veranstaltungen ist ein Leistungsnachweis zu erbringen.

Um eine möglichst breite Ausbildung zu gewährleisten, sollten innerhalb der Seminare sowohl klassische als auch neue Medien vertreten sein, die jeweilige Schwerpunktsetzung kann sich aber nach der Forschungsausrichtung der Abteilung richten.

Vertiefungsfach Medienpsychologie (18 LP) - 7. und 8. Semester

Basismodule (3 LP)

- Vorlesung: Gegenstand, Theorien und Befunde der Medienpsychologie (3 LP)

Wahlmodule (15 LP)

Jeweils mind. 1 Seminar aus einem der drei folgenden Bereiche:

- Forschungsfelder und aktuelle Probleme der Medienpsychologie (pro Seminar je 3 LP): Medienwahl und Mediennutzung, Kommunikation mit Medien, Medienwirkung (kognitive, emotionale, motivationale, behaviorale Wirkungen), Mediengestaltung sowie Mediensozialisation und Lernen mit Medien.
TV, Hörfunk, Film, Print, Lernprogramme, Computerspiele, Internet oder Kommunikationsmedien, wie Videokonferenz, e-mail
- Methoden der Medienpsychologie (pro Seminar je 3 LP): Methoden der Nutzungsforschung (Methoden zur Untersuchung des Rezeptionsprozesses), Methoden der Wirkungsforschung (Erfassung kognitiver, emotionaler, motivationaler, behavioraler Wirkungen), die Untersuchung von Medienangeboten (Inhaltsforschung und Strukturanalyse), spezifische Methoden wie Online-Research oder Evaluationsforschung
- Anwendungen und Praxis der Medienpsychologie (2 SWS mit 3 LP oder auch 4 SWS mit 6 LP)

Anmerkung: Die Wahl-Modul-Bestandteile können natürlich inhaltlich noch stärker konkretisiert werden (je nach Profil der Abteilung).

Beispiel Studienplan:

	Art der Veranstaltung	LP / SWS	Inhalte	Anteile aus Modul
7. Semester	Vorlesung	3 / 2	Überblick Medienpsychologie (allgemeine Einführung)	Modul 1
	Seminar	3 / 2	Methoden der Medienpsychologie (Überblick)	Modul 3
	Seminar	3 / 2	Seminar zu Forschungsfeldern und aktuellen Problemen behandelt Mediengestaltung, Medienwahl und Mediennutzung, Kommunikation mit Medien und/oder Medienwirkung, Mediensozialisation und Lernen mit Medien (in diesem Rahmen können je nach Forschungsausrichtung der jeweiligen Abteilung klassische Medien oder neue Medien fokussiert werden, beides sollte aber mindestens in basalem Ausmass vertreten sein)	Modul 2
8. Semester	Seminar	3 / 2	Seminar zu Forschungsfeldern und aktuellen Problemen oder zu Methoden der Medienpsychologie (Vertiefung)	Modul 2 oder 3
	Praktikum / AG	6 / 4	Eigene, betreute Forschungsarbeit im Rahmen von Arbeitsgruppen oder ein Praxisprojekt in Kooperation mit Unternehmen oder öffentlichen Anstalten	Modul 4
	Fachprüfung		Studienbegleitende Prüfungen zu den einzelnen Veranstaltungen Oder: Halbstündige mündliche Prüfung oder dreistündige Klausur zu allen Inhalten der Vorlesungen und ausgewählten Inhalten der Seminare	

Alternativ, falls Medienpsychologie auch als Basisfach angeboten wird:

Teilnahme am Vertiefungsfach Medienpsychologie setzt erfolgreiche Teilnahme am Basisfach Medienpsychologie voraus.

Beispiel Studienplan:

	Art der Veranstaltung	SWS	Inhalte	Anteile aus Modul
7. Semester	Seminar	2	Spezifische Gegenstandsbereiche und Methoden der Medienpsychologie; allgemeiner Überblick sowie Vertiefung (auch hier können je nach Ausrichtung der jeweiligen Abteilung Schwerpunkte gewählt werden)	Modul 3
	Seminar	2	Seminar zu Forschungsfeldern und aktuellen Problemen behandelt Mediengestaltung, Medienwahl und Mediennutzung, Kommunikation mit Medien und/oder Medienwirkung, Mediensozialisation und Lernen mit Medien (in diesem Rahmen können je nach Forschungsausrichtung der jeweiligen Abteilung klassische Medien oder neue Medien fokussiert werden, beides sollte aber mindestens in basalem Ausmass vertreten sein)	Modul 2
	Seminar	2	Seminar zu Forschungsfeldern und aktuellen Problemen behandelt Mediengestaltung, Medienwahl und Mediennutzung, Kommunikation mit Medien und/oder Medienwirkung, Mediensozialisation und Lernen mit Medien (in diesem Rahmen können je nach Forschungsausrichtung der jeweiligen Abteilung klassische Medien oder neue Medien fokussiert werden, beides sollte aber mindestens in basalem Ausmass vertreten sein)	Modul 2

8. Semester	Seminar	2	Seminar zu Forschungsfeldern und aktuellen Problemen behandelt Mediengestaltung, Medienwahl und Mediennutzung, Kommunikation mit Medien und/oder Medienwirkung, Mediensozialisation und Lernen mit Medien (in diesem Rahmen können je nach Forschungsausrichtung der jeweiligen Abteilung klassische Medien oder neue Medien fokussiert werden, beides sollte aber mindestens in basalem Ausmass vertreten sein)	Modul 2
	Praktikum / AG	4	Eigene, betreute Forschungsarbeit im Rahmen von Arbeitsgruppen oder ein Praxisprojekt in Kooperation mit Unternehmen oder öffentlichen Anstalten	Modul 4
	Abschlussprüfung		Studienbegleitende Prüfungen zu den einzelnen Veranstaltungen Oder: Halbstündige mündliche Prüfung oder dreistündige Klausur zu allen Inhalten der Vorlesungen und ausgewählten Inhalten der Seminare	