

Kontakt

iStock.com/LordRunar



Studienart	Vollzeit
Studienort	Retti-Campus in Ansbach sowie persönlicher Lernort für virtuelle Lehre (z. B. Homeoffice)
Studiendauer und -umfang	drei Semester Regelstudienzeit, 90 ECTS-Punkte
Abschluss	Master of Science (M. Sc.)

Zulassungsvoraussetzungen Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium (Umfang mind. 210 ECTS-Punkte, Mindestnote) aus den Bereichen Psychologie, Pädagogik, Journalistik, Journalismus, Medienwissenschaften, Kommunikationswissenschaften.

Hochschule Ansbach

Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach
Fakultät Medien
Residenzstraße 8
91522 Ansbach
www.hs-ansbach.de/mum

Allgemeine Studienberatung

Telefon: (0981) 4877 - 574
studienberatung@hs-ansbach.de

Informationen zu den Sprechzeiten:
www.hs-ansbach.de/studienberatung

Fachberatung: Studienprogramm und -inhalte

Prof. Dr. Marion Händel
Telefon: (0981) 4877- 239
marion.haendel@hs-ansbach.de

Termine

Studienstart jeweils zum Wintersemester
Beginn: 1. Oktober
Bewerbung für das Wintersemester: Ab 02. Mai *

* Ende des Bewerbungszeitraums siehe Homepage



iStock.com/fotografixx

Medienwirkungen erforschen

Inhalte

Hatten Sie heute schon mit Medien zu tun? Vielleicht haben Sie Zeitung gelesen, Musik gehört, ein Video angesehen, sich auf Social Media vernetzt oder gechattet. Möglicherweise nutzten Sie auch eine Tracking- oder Navigationsapp.

Medien bestimmen unser Leben zentral und umfassend – vom Aufstehen bis zum Schlafengehen, in der Lern- und Berufswelt sowie in Freizeit und Familie. Medien nehmen dabei verschiedene Funktionen ein: Sie dienen zum Beispiel der Informationsbeschaffung, Unterhaltung und Kommunikation. Der Umgang mit Medien stellt uns aber auch vor gewisse Herausforderungen und erfordert damit Medienkompetenzen.

Der Masterstudiengang **Medienwirkungen und Medienpsychologie** (MUM) befasst sich mit psychologischen Ansätzen zur Erklärung von Mediennutzung und Medienwirkung, d. h. mit dem menschlichen Erleben und Verhalten in medialen Umwelten. Im Studiengang werden aktuelle psychologische Fragestellungen zur Medienselektion, Medienrezeption und Medienwirkung bearbeitet. Dazu zählen beispielsweise folgende Fragen:

- „Warum nutzen wir bestimmte Medien (so intensiv)?“
- „Wie unterscheidet sich unser emotionales Empfinden, wenn wir online oder offline kommunizieren?“
- „Machen Computerspiele aggressiv?“
- „Gibt es Personengruppen, die besonders anfällig für Fake News sind?“
- „Wie beeinflusst künstliche Intelligenz unser Verhalten?“
- „Welchen Einfluss haben Influencer und Influencerinnen auf das Selbstwertgefühl von Jugendlichen?“
- „Welche Kompetenzen benötigen Lehrende und Lernende für digitalen Unterricht?“

Studienziele und Studienaufbau

Im Studiengang **Medienwirkungen und Medienpsychologie** erwerben Sie Kenntnisse und Fähigkeiten, um die Wirkungsweisen von medialen Inhalten unterschiedlicher Art zu beschreiben, zu analysieren und zu evaluieren. Im Zentrum steht dabei das vertiefte Wissen um das menschliche Erleben und Verhalten im Zusammenhang mit Medien. Sie beschäftigen sich damit, wie medial vermittelte Informationen und Botschaften aufgenommen werden und welche Implikationen für die Mediengestaltung daraus resultieren. Sie erwerben Fähigkeiten, um unterschiedliche Zielgruppen in Hinblick auf Medieneinsatz zu beraten.

Der Studiengang weist ein forschungsstarkes Profil auf. Es werden Erkenntnisse und aktuelle Entwicklungen der angewandten Forschung aus den Bereichen Medienwirkungen, Medienpsychologie und Medienpädagogik fokussiert. Der Studiengang vermittelt quantitative und qualitative Methodenkenntnisse. Aufbauend darauf werden Sie im Rahmen eigener Forschungsprojekte die Fähigkeit zur selbstständigen Konzeption, Durchführung, Auswertung und Interpretation wissenschaftlicher Untersuchungen entwickeln.

Ihr Studienplan in drei Semestern; jedes Modul umfasst 4 SWS.

3	Masterarbeit				Forschungsprojekt 2	Medienpädagogik 2 – Beratung und Aufklärung
	Dysfunktionale Medienwirkungen	Medien und Gesellschaft	Medieninnovationen und ihre Wirkungen	Mediennutzung und strategische Mediaplanung	Forschungsprojekt 1	Medienpädagogik 1 – Lernen mit Medien
2						
1	Medienpsychologie – Theorien und Forschungsbefunde	Kognition und Emotion	Sozialpsychologie in Forschung und Praxis	Werbewirkungs- und Persuasionsforschung	Quantitative Forschungsmethoden	Qualitative Forschungsmethoden

Perspektiven

Mit dem erfolgreichen Masterabschluss eröffnen sich Ihnen vielfältige berufliche Einsatzgebiete. Diese reichen von operativen und konzeptionellen Aufgabenfeldern, über beratende hin zu forschenden Tätigkeiten. Mögliche Berufsfelder sind:

- Marketing
- Medienentwicklung
- Medienpädagogik
- Medienwirtschaft
- Unternehmenskommunikation
- Werbebranche
- Wissenschaftliche Forschung
- Wissenschaftskommunikation

In der Masterarbeit werden Sie eine anwendungsorientierte Fragestellung aus den Bereichen Medienpsychologie, Medienpädagogik oder Medienwirkungs- und Rezeptionsforschung anhand einer wissenschaftlichen Studie untersuchen.