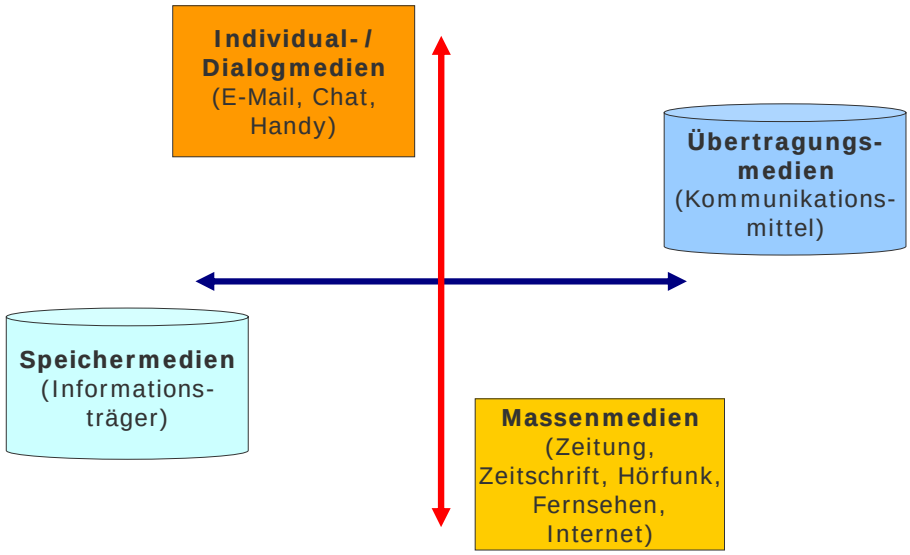
2. Definition „Medien“ Allgemein

- **Sinnliche Wahrnehmungsmedien (Zeit, Raum, Licht, Temperatur, Geruch)**
- **Symbolische Verständigungsmedien (Sprache, Mimik, Gestik, Körperhaltung, Bilder, Schrift, Symbole, Zeichen, Musik)**
- **Symbolische und elektronische Speichermedien (Papier, Buch, Kassette, CD / DVD)**
- **Technische Verbreitungsmedien (Radio, Fernsehen, Internet)**

„Medien-Koordinaten“



Medien als Kommunikationsmittel (Pross; Faßler)

Freie Universität Berlin

- primäre Medien: Weder Sender noch Empfänger benutzen technische Hilfsmittel (Unterhaltung zwischen zwei Personen, Briefe, Höhlenwände)
- sekundäre Medien: Entweder Sender oder Empfänger benutzt technische Hilfsmittel (z. B. Printmedien, Lautsprecherdurchsagen)
- tertiäre Medien: Sender und Empfänger benutzen traditionelle technische Hilfsmittel (z. B. Hörfunk, Fernsehen, CD)
- quartäre Medien: Sender und Empfänger benutzen neue technische Hilfsmittel (z. B. Internet)

Freie Universität Berlin

Expansion, Exteriorisierung und Replacement

- Expansion, Exteriorisierung:
  - Werkzeuge
  - Sprache
  - Schrift
  - Medien
- Kulturpessimismus vs. Kybernetik

Medien als Informationsträger: Präsentationsformen (statisch vs. fluide)

- Text (Zeichen: Buchstaben, Nummern, Symbole etc. auf untersch. Hinter- und Untergründen).
  - ikonische Zeichen (Ähnlichkeitsrelation: Skizze)
  - indexikalische Zeichen (Abbildrelation: Photo)
  - symbolische Zeichen (Konverntionsrelation: Schrift)
- Hypertext, Hypermedia
- Abbildungen (Photos, Bilder, Grafiken, Figuren, Illustrationen, Zeichnungen, Diagramme)
- Bewegtbilder (2D- und 3D-Animationen, Video)
- Audio (gesprochene Sprache → Rhetorik, Klänge, Musik)
- Handlungen
- Gegenstände (natürlich, modelhaft)

Exkurs Rhetorik

- **sprachliche Gestaltung (verbal)**
  - **Wortwahl, Sprachstil**
  - **Stil, Rhetorische Figuren**
  - **Satzbau**
  - **kommunikative Direktion**
- **stimmliche Ausführung (paraverbal)**
  - **Amplitude/ Lautstärke, Intonation, Tonfall, Attack, Delay**
  - **Artikulation, Timbre, Tonlage, Sprachrhythmus/ Sprachfluss**
  - **Tempo, Pausensetzung**
  - **paraverbale Laut-Äußerungen: Räuspern, Seufzen, Brummen, Lachen, Weinen, „hm“, etc.**

- **körperliche Begleitung (Körpersprache, nonverbal)**
  - **Mimik**
  - **Gestik**
  - **Physiognomie, Kleidung, Styling**
  - **Körperhaltung**
  - **Blick- bzw. Augenkontakt**
  - **persönliche Präsenz: Proxemik und Lokomotion**
  - **Taktilität**
  - **Olfaktorik**
  - **mit Hilfe des Körpers erzeugte Geräusche (Klatschen etc.)**
  - **Verwendung von Medien (Brille, Stift, Buch, Neue Medien)**
- **Interaktion mit dem Gegenüber**

Klassifikation (sozialer) Interaktionen

1. **one-to-many**
   1. **klassische Massenkommunikation**
      1. **Fernsehen**: Kultivierungsforschung, Werbung, Daily Soaps, Gerichtsshows, Real-People TV, Musiksender, TV bei und für Kinder und Jugendliche (Kindernachrichten)
      2. **Film, Kino**
      3. **Presse, Hörfunk**
   2. **Massenveranstaltungen**
      1. **Lehrveranstaltung**
      2. **Konzerte**
2. **one-to-one (mediale Individualkommunikation)**
   1. **persönliches Gespräch**
   2. **Handy, Instant Messaging, Private Chat**
3. **(one-to-himself: Meditation, single-player Computerspiele)**
4. **many-to-many (interaktive Massenkommunikation)**
   1. **Gesprächsgruppen, Parties**
   2. **Cyber-Communities, multi-player Computerspiele** (LAN-Spiele & Online-Spiele)

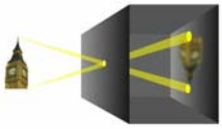
3. Abriss der Mediengeschichte (Speicher- und Übertragungsmedien)

- 1 Mill. v. Chr.: Gebärdensprache
- 100.000 v. Chr.: gesprochene Sprache
- 30.000 v. Chr: Höhlenmalerei (Finger, Stöcke, Spucken)
- 5000 v. Chr.: chinesischer Zeichendruck (Steine, Knochen)
- 3500 v. Chr.: Keilschrift: 1500 Piktogramme auf Ton- & Steintafeln
- 3300-390 v. Chr.: Hieroglyphen (beinhalten auch Phonogramme = Ausspracheregeln) auf Leder, Leinen & Papyrus
- 2900 v. Chr.: 600 Ideogramme aus Keilschrift
- 2700 v. Chr.: Pergament (Tierhaut)
- 2000 v. Chr.: chinesische Schrift (keine Entwicklung von Piktogrammen)

Abriss der Mediengeschichte

- 1500 v. Chr: Alphabetschrift
- 105 n. Chr.: chinesisches Papier (aus Pflanzen & Seide)
- 600 chinesischer Holztafel-Blockdruck
- 700 arabisches Papier (aus Flachs & Hanf)
- 980 Laterna Magica (Medium auf Glasplatte)
- 1300 Camera Obscura/ Lochkamera
- 1445 Buchdruck mit beweglichen Lettern (Gutenberg)
- 1450 Flugblätter (1 Seitige Nachrichten), Flugschriften (mehrseitige politisch, religöse Schriften)
- 1550 Erfindung der Linse
- 1605 erste Zeitung (Straßburg)
- 1811 Schnellpresse

Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/Bild:Laterna_magica.jpeg



Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/Bild:Lochkamera_prinzip.jpg (Anton)

Abriss der Mediengeschichte

- 1822 erste Kopie auf asphaltbeschichteten Zinkplatte (Niépce)
- 1833 elektrische Telegraphie (Gauß; Morse)
- 1839 Fotographie (Daguerre)
- 1843 deutsches Papier aus Holz (Friedrich Gottlob Keller)
- 1850 Bildzeitschriften ("Illustrated London News")
- 1861 erstes Farbbild (Maxwell)
- 1863 Schallwandler, Mikorphon (Reis)
- 1876 Telefon (Bell)
- 1877 Phonograph (Zinnfolien-Walze; Edison), Schallplatte (Berliner)
- 1878 Aufzeichnung eines bewegten Bildes
- 1891 erste Filmkammera (Edison)
- 1895 öffentliche Aufführung eines Kurzfilms (Brüdern Skladanowsky, Brüder Lumière)
- 1896 Funkübertragung von Tönen (Tesla, Marconi), Radio
- 1898 erstes Massenblatt „Berliner Morgenpost“ (Ullstein)
- 1902 erstes Kino („Nicekl-Odeon“) in USA und Stummfilm
- 1909 Funkübertragung von Bildern
- 1920 öffentlicher Rundfunk in USA (1923 in D)

Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/Bild:Phonograph.jpg

Abriss der Mediengeschichte

- 1926 Tonfilm
- 1935 Farbfilm
- 1935 Kunststofftonband (BASF)
- 1949 erste Radiowerbung in D
- 1950 Fernseh-Etablierung in USA, GB
- 1954 Fernseh-Etablierung in D (NWDR)
- 1955 Autotelefon
- 1956 erste Fernsehwerbung in D
- 1965 Heimvideorekorder
- 1970 Satelliten-Fernsehen
- 1967 Farbfernsehen in D
- 1971 erster Spielautomat "Computer Space" (Nolan Bushnell)
- 1972 Spielkonsole „Atari“ (Nolan Bushnell & Ted Dabney): „Pong“
- 1980 „MUD1“ ersters MUD (Roy Trubshaw & Richard Bartle nach Quellcode von Crowther)
- 1980 CD
- 1980 first-generation wireless telephone technology in USA
- 1980 E-Mail

Abriss der Mediengeschichte

- 1984 erster Privatfernsehsender in D (RTL) und private Rundfunkanstalten
- 1985 kommerzielle Internetdienste (AOL, Compuserver) & Freenets
- 1988 Internet Relay Chat (IRC; Oikarinen)
- 1990 digitales Mobilfunknetz (D-Netz)
- 1990 CD-R
- 1992 WWW (Berners-Lee) & Web-Browser Mosaic
- 1995 DVD
- 1995 Streaming Media
- 1996 Netmeeting mit Videounterstützung
- 1997 Internetforen
- 1998 google
- 2000 DVD-R
- 2000 Wikis & Blogs

Entwicklung des Radios in D

- 1923-1925 Einführungsphase
- 1926-1932 Zentralisierung (gebührenfinanzierte staatliche Institution)
- 1933-1945 Drittes Reich
- 1945-1984 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk
  - BRD: Dezentralisierung, Einrichtung von regierungsfernen, gebührenfinanzierten Rundfunkanstalten nach dem Muster der BBC
  - DDR: regierungskontrolliertes zentralistisches Rundfunksystem
- seit 1984 Duales Rundfunksystem (Zulassung von privaten, kommerziellen Rundfunkanstalten)

4. Systematik der Medientheorien (Faulstich & Faßler): 4 Kategorien

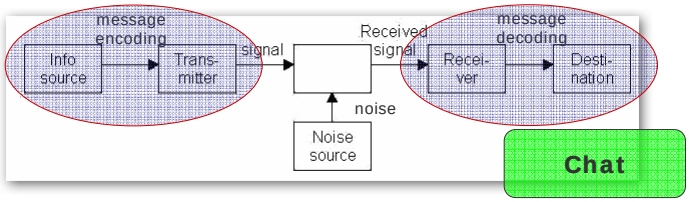
1. **Einzelmedientheorien**: Film-, Hörfunk, Fernseh-, Theater-, Buch- und Brieftheorien (Beispiele: Siegfried Kracauer: Filmtheorie; Radiotheorien von Bertolt Brecht, Rudolf Arnheim, Gerd Eckert und E. Kurt Fischer)
2. **kommunikationstheoretische** Medientheorien: Betrachtung von Medien als Teil eines Kommunikationsprozesses (Beispiel: Gerhard Maletzke: Theorie vom "Feld" der Massenkommunikation)
3. **gesellschaftskritische** Medientheorien: explizit kritischer Ansatz; Unterscheidung nach dem emanzipatorischen Gehalt der Medientheorie, siehe auch emanzipatorische Medientheorien (Beispiel: Dieter Prokop: Massenkommunikation im Kontext der kapitalistischen Gesellschaft)
4. **systemtheoretische** Medientheorien: Kommunikation als Teil oder Form des gesellschaftlichen Handelns (Beispiel: Talcott Parsons: Geld und Macht als zentrale gesellschaftliche Interaktionsmedien)

5. Kommunikationsmodelle

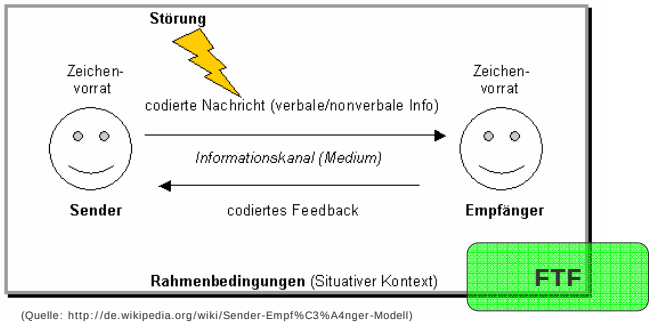
- Sender-Empfänger-Modell (Shannon & Weaver; Hall)
- Vier-Seiten-Modell einer Nachricht (Schulz von Thun)
- Feld-Modell der Massenkommunikation (Maletzke)

Modell der Informationsübertragung, Sender-Empfänger-Modell

Shannon & Weaver (1949)



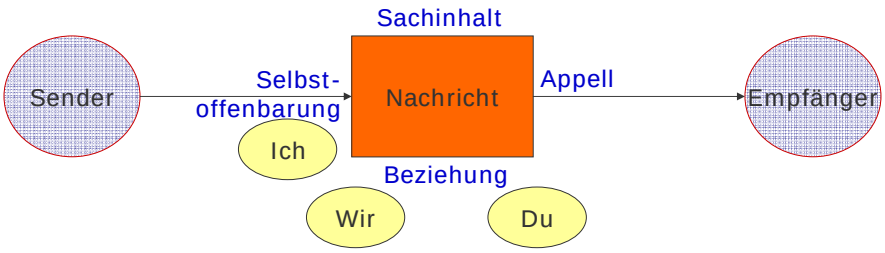
Hall (1970)



(Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/Sender-Empf%C3%A4nger-Modell)

Vier-Seiten-Modell einer Nachricht/ „SABS-Modell“/ Kommunikationsquadrat

Schulz von Thun (1981)

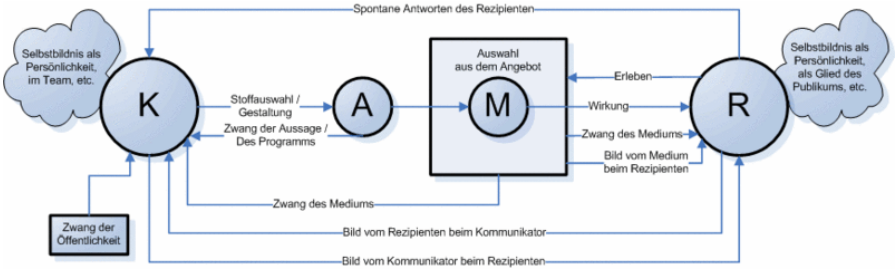


Johari-Fenster

A **Freies Handeln** *mir bekannt, anderen bekannt*	**B** **Blinder Fleck** **(→ „Fremdbild“)** *mir unbekannt, anderen bekannt*
C **Verborgenes** **(→ „Selbstbild“)** *mir bekannt, anderen unbekannt*	**D** **Unbewusstes** *mir unbekannt, anderen unbekannt*

Feldmodell der Massenkommunikation

Maletzke (1963)



Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/Bild:Feldmodell_der_Massenkommunikation.gif (Martin Assmann)

Kommunikation nach der Lasswell-Formel (1948)

Kommunikation

	Who	says what	in which channel	to whom	with what effect
Prozess	communi-cator	message	medium	receiver	effect
Forschung	control studies	content analysis	media analysis	audience analysis	effect analysis

6. Medienpsychologie & Medienpädagogik

Medienwissenschaften

Aufgabe ist die …

- **wissenschaftliche Observation,**
- **Examination,**
- **Deskription,**
- **(Status- und Ätiologie-) Explikation und Explanation,**
- **Prognose,**
- **Modifikation**
- **der medienbegingten oder medienbeeinflussten …**

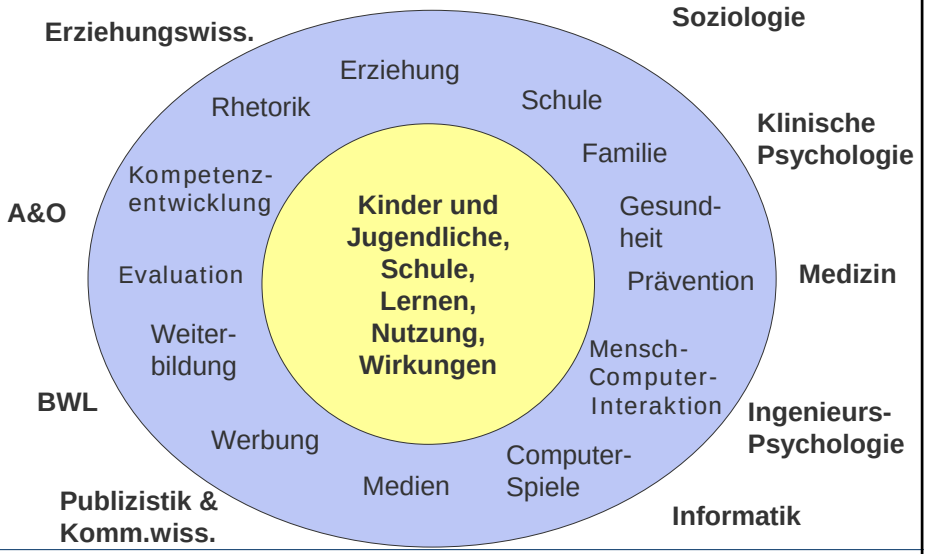
- **(kurz-, mittel- und langfristigen) Erlebens- und Verhaltensweisen**
- **von Individuen, Gruppen und Organisationen**
- **sowie die Evaluation und Gestaltung von Medien**

Medienpsychologie

- **Erziehung, Bildung und Sozialisation**
- **sowie die Evaluation und Gestaltung von Medien**

Medienpädagogik

Pädagogische Psychologie



Medienpsychologie innerhalb der Psychologie

	Teildisziplinen der Psychologie									Nebenfach			
	MedienΨ	AllgemeineΨ	DifferentielleΨ	SozialΨ	EntwicklungsΨ	KognitionsΨ.	PädagogischeΨ	Arbeits- & OrganisationsΨ	KlinischeΨ	Erziehungs-wissenschaften	Soziologie	Informatik	BWL
Medien und Kommunikation													
Training / Schulung / Weiterbildung													
Schulisches Lernen													
Bildungstechnologie													
Kommunikation in Organisationen													
IT-Consulting													
Medien und Diversity-Aspekte (Alter, Gender, ..)													
(Software)-Ergonomie, Usability													

Quelle: http://www.uni-hamburg.de/fachbereiche-einrichtungen/medienpsychologie/empfehlung_bachelor_master.pdf

Medienpsychologie innerhalb der Universität

	Psychologie (Schwerpunkt: Medienpsychologie)	Erziehungswissenschaften	Kommunikations-wissenschaften	Soziologie	Politikwissenschaften	Vergleichende Kulturwis-senschaften	Kommunikationsdesign	Betriebswirtschaftslehre	Informatik	Robotik
Medien- und Kommunikationswissenschaft										
Training / Schulung / Weiterbildung										
IT-Consulting										
Schulisches Lernen										
Kommunikation in Organisationen										
Bildungstechnologie										
Programmgestaltung und -evaluation										
Unterhaltungsmanagement										
Gestaltung und Einsatz von interaktiven Medienangeboten										
Gesundheitskommunikation, Gesundheitsmanagement										
Kulturelle Adaptation von Medienangeboten										
Gesellschaft und Medien										
Politik und Medien										
Software-Engineering										

Quelle: http://www.uni-hamburg.de/fachbereiche-einrichtungen/medienpsychologie/empfehlung_bachelor_master.pdf

7. Geschichte der Medienpsychologie: Radio & Film

- 1916 1. psychologisch-soziologische (Emotion, Gedächtnis, Ästhetik, Gesellschaft) Studie zum Film (Münsterberg)
- 1931 erste Großstudie zu Radio-Stimmen: 2700 Hörer sollen Eigenschaften der Sprecher einschätzen (Herzog & Lazarsfeld)
- 1934 Filmnutzung bei Jugendlichen (Lewin)
- 1935 Radiowerbung (Allport)
- 1935 Monographie „The Psychology of Radio“ (Cantril & Allport)
- 1940 Radionutzung Soziodemographie und gesuchte Gratifikationen (Entspannung, Wunschrealisation, Ratschläge) (Lazarsfeld)
- 1954 Film als Sozialisationsinstanz für Jugendliche (Flik)
- 1950 Fernsehforschung: negative Wirkungen bei Kindern Jugendlichen & Soziodemographie
- 1963 Monographie „Psychologie der Massenkommunikation“ (Maletzke)
- 1968 Monographie „Experimentelle Psychologie des Fernsehens“ (Benesch)

Geschichte der Medienpsychologie: Fernsehen

- 1970 Fernsehforschung: Lernmöglichkeiten
- 1974 Zeitschrift „Fernsehen und Bildung: Internationale Zeitschrift für Medienpsycholgie und Medienpraxis“ (Hrsg. Sturm)
- 1970-90 Gründungsphase der Medienpsychologie (emotions- und kognitionspsychologische Fragestellungen).
- 1980-90 größte Aufmerksamkeit auf Fernsehen
- 1989 Fachzeitschrift „Medienpsychologie“ (Hrsg. Groebel, Vitouch & Winterhoff-Spurk)

Geschichte der Medienpsychologie: Computer

- 1990 computerunterstütztes Lehren und Lernen (Baumgartner, Hesse, Mandl, Schulmeister, Tergan, Weidenmann)
- 1995 „Information und Lernen mit Multimedia“ (Hrsg. Issing & Klimsa)
- 1995 Computerspiele (Dittler, Fritz)
- 1999 Internet (Batinic, Döring)

Geschichte der Medienpsychologie: „Die üblichen Verdächtigen“

- Forschungsgebiete:
  - Soziologie, Publizistik & Politikwissenschaften: Massenmedien
  - Soziologie & Pädagogik: Medien in Gruppen
  - Psychologie: Medien und Individuum (v.a. Kinder, Jugendliche, Frauen, Arbeitslose)
- 3 Phasen nach Auftauchen eines Neuen Mediums (Winterhoff-Spurk, 2004, S. 7):
  - 1. Phase: „time-and-crime“- Problem
  - 2. Phase: körperlich und emotionale Folgen
  - 3. Phase: Veränderung von Einstellungen, Verhalten und Wissen
- Ziele der Medienpsychologie:
  - einheitliche Definitionen
  - aggregierende Theorie (Medienselektion, Medienwirkung)
  - fachliche Konturierung und Etablierung
  - Beraterfunktion für Wirtschaft und Politik

Schritte auf dem Weg der Institutionalisierung

- 1984 Gründung der Gesellschaft für Medienpädagogik (GMK)
- 1999 „Medienpsychologie – Eine Einführung“ (Winterhoff-Spurk)
- 1999 Gründung der Fachgruppe Medienpsychologie der DGPs
- 2004 „Lehrbuch der Medienpsychologie“ (Mangold, Vorderer & Bente)

Günder der Medienpsychologie

- **Groebel, Jo**
  - Gewalt in Medien und Wirkung auf Kinder
  - Medienkompetenz
- **Sturm, Herta**
  - emotionspsychologische Wahrnehmung von Fernsehinhalten durch Kinder
  - fehlende Halbsekunde zur Orientierung im Vergleich zur „lebensrealen“ Wahrnehmung
- **Vitouch, Peter**
  - psychophysiologische Wirkungen des Fernsehens
  - emotionspsychologische Wahrnehmung von Fernsehinhalten durch Kinder
- **Winterhoff-Spurk, Peter**
  - Wirkung von Nachrichten auf Einstellungen

Quelle: http://www.digitale-chancen.de/transfer/assets/tn_549.jpg

Quelle: http://www.klett-cotta.de/uploads/tx_autoren/autor_720-a.gif

Quelle: http://www.univie.ac.at/Publizistik/Vitouch.gif

Quelle: http://www.medienrezeption.de/foren/forum99_2/pics/wspurk.jpg

Jo Groebel

- Geboren 1950 Jülich
- Nach dem Abitur will Groebel zum Film, studiert dann aber Psychologie in Aachen
- Mit 21 wird er studentische Hilfskraft für eine Studie über Medienwirkungen
- Nach Diplom und Promotion über „Fernsehen und Angst“ geht er u.a. als Professor und Ordinarius an die Universität Utrecht (Lehrstuhl für Medienpsychologie an der Universität Utrecht (1991-1999), dort ist er Ehrendoktorvater für den Regisseur Peter Greenaway.
- Gastprofessuren an der University of California at Los Angeles (UCLA) und der Hochschule für Unternehmensführung St. Gallen; Lehre und Forschung an den Universitäten Aachen, Münster und Landau.
- In den 80ern gründet er mit Kollegen das Fachblatt „Zeitschrift für Medienpsychologie“, in den 90ern „Trends in Communication“.
- Von 1999-2006 ist er Generaldirektor des Europäischen Medieninstituts (EIM) mit heutigem Sitz Dortmund.
- Seit 2006 Direktor Deutsches Digital Institut Berlin.

Herta Sturm

- 22. Januar 1925 in Nürnberg; † 14. Mai 1998 war eine deutsche Kommunikationspsychologin und Medienpädagogin.
- Sie hat den Begriff der *fehlenden Halbsekunde* geprägt: Durch das hohe Tempo bei Darstellungen im Fernsehen werden insbesondere Kinder emotional überfordert. Die fehlende Halbsekunde bei der Wahrnehmung von Medieninhalten führt zu einer nur oberflächlichen Verarbeitung der Informationen und damit einem geringeren "intellektuellen Verständnis".
- Nach dem Studium von Psychologie und Jura leitet sie die Abteilung Schul- und Jugendfunk des Südwestfunks.
- Aufbau und Leitung der Abteilung Bildung und Erziehung beim ZDF.
- 1967 Habilitation in Freiburg im Breisgau über "Psychologie und Massenkommunikation".
- 1968 – 1974 Professur für Psychologie und Massenkommunikation in Freiburg.
- 1974 Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beim Bayerischen Rundfunk.
- 1974 – 1982 Professur für Psychologie und Kommunikationswissenschaften in München.
- 1982 Entwicklung und Leitung des Studiengangs Kommunikationspsychologie/ Medienpädagogik an der Universität Koblenz-Landau.

Peter Vitouch

- Geboren 1947 in Wien.
- Nach der Matura Studium der Psychologie an der Universität Wien, Promotion zum Dr.phil 1973, Univ.-Ass. am Institut für Psychologie;
- Ausbildung zum Psychotherapeuten;
- Beratende Tätigkeit bei ORF, BR und NDR, erste Publikationen im Bereich Medienpsychologie.
- Von 1978 bis 1986 Kuriensprecher bzw. stellv. Kuriensprecher der Mittelbaukurie an der GRUWI-Fakultät.
- Habilitation für das Gesamtfach Psychologie 1986; Professur am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft seit 1987.
- Ab 1987 Kuriensprecher der Professorenkurie der GRUWI-Fakultät.
- Mitbegründer und ab 1990 Mitherausgeber der wissenschaftlichen Zeitschrift „Medienpsychologie“ (Hogrefe Verlag).
- Seit 1991 Leiter des neugegründeten Ludwig Boltzmann-Instituts für empirische Medienforschung (Lifem).
- Gastprofessor an der Universität Graz und der Universität Klagenfurt.
- Von 1995 bis 2003 wöchentliche Kolumne in der Tageszeitung „KURIER“.
- Seit Beginn 2004 wöchentliche Kolumne in der Tageszeitung „Die Presse“.
- Von 1997 (nach Wiederwahl 2000) bis Ende 2003 Stellv. Vorsitzender des Senats der Universität Wien.

Peter Winterhoff-Spurk

- Geboren 1945.
- Lehre als Bankkaufmann
- Studium der Psychologie und Soziologie in Marburg
- Diplom in Psychologie in Marburg 1977, Promotion 1983 und Habilitation 1988 in Mannheim.
- Seit 1992 Professor an der Universität des Saarlandes und Leiter der Arbeitseinheit für Organisations- und Medienpsychologie sowie Direktor des Medienpsychologischen Forschungsinstituts Saarland e.V

Medienforschung: Forschungseinrichtungen und Institute in Deutschland (1)

Freie Universität Berlin

- **Adolf Grimme Institut**
  - http://www.grimme-institut.de/
  - Anbieter: Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH (Nordrhein-Westfalen)
  - Inhalt: Analyse von Fernsehen, Presse und Rundfunk. Ausarbeitung von Medien-Trends und Qualitätsmaßstäben (Grimme-Preis). Aus- und Fortbildung für die Medienbranche sowie in der Vermittlung von Medienkompetenz.
- **BR/BRW Medienforschung**
  - http://www.br-online.de/br-intern/medienforschung/
  - Anbieter: Bayerischer Rundfunk (Bayern)
  - Inhalt: Täglich aktuelle Mediendaten: allgemein, zu Hörfunk und Fernsehen., Jugend und Medien, Mediennutzung, Medienangebot, Publikum. Glossar.
- **GfK - Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung**
  - http://www.gfk.de
  - Anbieter: GfK (Bayern)
  - Inhalt: Das erste deutsche Marktforschungsinstitut. Erheben Daten zum Kosumentenverhalten auf den Ebenen, Medien, Non - Food Tracking, Consumer Tracking und Ad Hoc - Forschung.
- **Hans-Bredow-Institut für Medienforschung**
  - http://www.rrz.uni-hamburg.de/hans-bredow-institut/
  - Anbieter: Universität Hamburg, Hans-Bredow-Institut für Medienforschung (Hamburg)
  - Inhalt: Das HBI ist seit 1950 eines der renommierten Institute der Medienforschung in Deutschland.

Medienforschung: Forschungseinrichtungen und Institute in Deutschland (2)

Freie Universität Berlin

- **IfD - Institut für Demoskopie Allensbach**
  - http://www.ifd-allensbach.de/
  - Anbieter: Stiftung Demoskopie Allensbach (Baden-Württemberg)
  - Inhalt: Gegründet 1947. Studien zu Meinungen, Einstellungen, Ansichten, Empfindungen und Plänen der deutschen Bevölkerung. Seit 1997 führt das Institut für Demoskopie Allensbach die Allensbacher Computer- und Telekommunikations-Analyse (ACTA) durch.
- **JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis**
  - http://www.jff.de
  - Anbieter: JFf (Bayern)
  - Inhalt: Das JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis wurde 1949 gegründet und befasst sich seither in Forschung und pädagogischer Praxis mit dem Medienumgang der heranwachsenden Generation. Auf der Site finden sich neben Informationen über das Institut vor allem Links zu den aktuellen Projekten und Publikationen des JFF (z.B. Flimmo, merz, KoPäd-Verlag).
- **Mediendaten Südwest**
  - http://www.mediendaten.de
  - Anbieter: Medienforschung des Südwestrundfunks (Baden-Württemberg)
  - Inhalt: Liefert Basisdaten zur Mediennutzung für Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und das Saarland sowie Vergleichsdaten für das Bundesgebiet. Die Tabellen, Grafiken und Berichte führen quantitative und qualitative Aspekte des Umgangs mit Medien zusammen.

Medienforschung: Forschungseinrichtungen und Institute in Deutschland (3)

Freie Universität Berlin

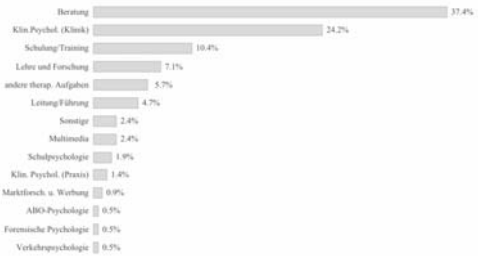
- **MPFS - Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest**
  - http://www.mpfs.de
  - Anbieter: SWR und Landesmedienanstalten Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg
  - Inhalt: Versachlichung der medienpädagogischen Diskussion, durch die Bereitstellung aktueller Daten, die Dokumentation von Materialien zum Thema "Umgang mit Medien" und Erarbeitung von Vorschlägen, die zu einem bewussten Umgang mit den Medien beitragen können.
- **Shell Jugend Studien**
  - http://www.shell-jugendstudie.de/
  - Anbieter: Shell (Überregional), TNS Infratest Sozialforschung, TNS Infratest Sozialforschung
  - Inhalt: Neben allgemeinen Daten zur Jugend in Deutschland gibt es auch Daten zum Umgang von Jugendlichen mit Medien.
- **Statistisches Bundesamt**
  - http://www.statistik-bund.de
  - Anbieter: Bundesregierung Deutschland (Berlin)
  - Inhalt: Das Statistische Bundesamt bietet Rohdaten aus allen wichtigen Bereichen des Lebens.
- **Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen – ZUMA**
  - http://www.gesis.org/zuma/index.htm
  - Anbieter: Informationszentrum Sozialwissenschaften, Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung an der Universität zu Köln (ZA), Zentrum für Umfragen Methoden und Analysen (ZUMA), GESIS Servicestelle Osteuropa) (Köln, Bonn, Mannheim (Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg))
  - Inhalt: ZUMA in Mannheim berät und unterstützt seit 1974 die Sozialforschung bei der Anlage, Durchführung und Auswertung sozialwissenschaftlicher Untersuchungen, führt eigene Spezialuntersuchungen durch, bereitet Daten aus den amtlichen Statistiken auf und beobachtet die gesellschaftliche Entwicklung in ausgewählten Bereichen mittels eines Systems sozialer Indikatoren.

8. Arbeitsfelder von Medienpsychologen mit je eigenem Kompetenzprofil

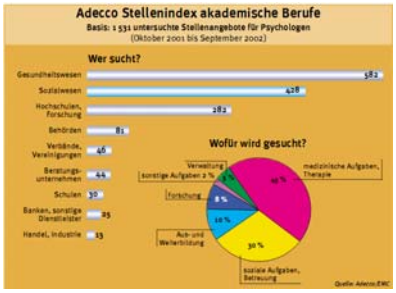
Freie Universität Berlin

- **Hochschulen, Medieninstituten und weitere Forschungseinrichtungen**
  - Dozent
  - wissenschaftliche Forschungsprojekte
  - Markt- und Meinungsforschungsinstituten
- **Kinder- und Jugenschutz**
  - Medienkontroll-Organe
  - Jugendeinrichtungen
- **Medienanstalten & Agenturen**
  - Fachpublizist, Autor
  - Berater
- **Selbstständigkeit**
  - Unternehmensberater (IT-Consulting)
  - Weiterbildungsangebote auf dem “Psychomarkt”
  - Internetauftritte
- **klinischer Bereich**
  - Mediensucht
  - Fernsehsender: Beratung und Begleitforschung (Talkshows, Reality-Shows)
- **Unternehmen**
  - E-Learning-Didaktik, Medien-Dramaturg, Medieninformatik bei E-Learning-Projekten
  - Beratung bei der Erstellung und Bewertung von Computerspielen
  - PR und Werbung, Marktforschung, Publikumsanaylsen, Medienberatung, Kommunikations- & Informationsmanagement
  - Mediendesign und Medienusability (Auto, Handy)

Arbeitsfelder nach Ort und Tätigkeit



Quelle: Bundesanstalt für Arbeit (2001)



Quelle: http://www.unimagazin.de/200302/01.pdf