



TECHNISCHE UNIVERSITÄT  
IN DER KULTURHAUPTSTADT EUROPAS  
CHEMNITZ

Philosophische Fakultät  
Medien

Masterstudiengänge

Digitale Medien und Kommunikationskulturen  
Medien- und Instruktionspsychologie  
Semiotik und Multimodale Kommunikation

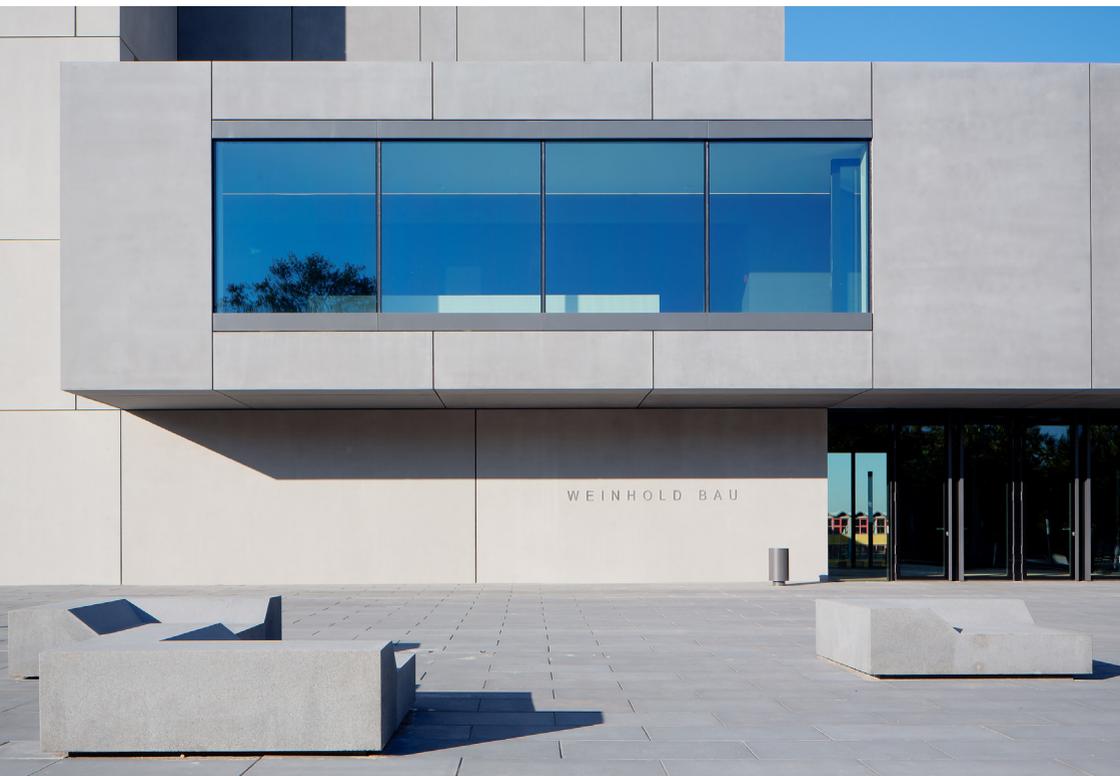


Alle Studiengänge im Überblick  
[www.tu-chemnitz.de/studiengaenge](http://www.tu-chemnitz.de/studiengaenge)



zur Fakultätsseite  
[www.tu-chemnitz.de/phil/](http://www.tu-chemnitz.de/phil/)

zur Online-Bewerbung  
<https://campus.tu-chemnitz.de/>



## Übersicht der Masterstudiengänge

### Master Digitale Medien und Kommunikationskulturen

**Zulassungsvoraussetzung:** in der Regel berufsqualifizierender Hochschulabschluss Bachelor Medienkommunikation der TU Chemnitz oder ein inhaltlich gleichwertig/vergleichbarer sozial- oder kulturwissenschaftlicher Hochschulabschluss (Medienwissenschaft, Soziologie, Kulturanthropologie, Politikwissenschaft, Informatik und Kommunikationswissenschaften, Germanistik o.ä.)

**Regelstudienzeit:** 4 Semester

**Abschluss:** Master of Arts (M.A.)

**Studienbeginn:** Wintersemester

### Master Medien- und Instruktionspsychologie

**Zulassungsvoraussetzung:** in der Regel berufsqualifizierender Hochschulabschluss Bachelor Medienkommunikation, Bachelor Informatik und Kommunikationswissenschaften, Bachelor Psychologie der TU Chemnitz bzw. inhaltlich gleichwertiger Studiengang

**Regelstudienzeit:** 4 Semester

**Abschluss:** Master of Science (M.Sc.)

**Studienbeginn:** Wintersemester

### Master Semiotik und Multimodale Kommunikation

**Zulassungsvoraussetzung:** in der Regel berufsqualifizierender Hochschulabschluss aus den Fächergruppen: Geisteswissenschaften, Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Mathematik, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften sowie Kunst und Kunstwissenschaften; Nachweis von Englischkenntnissen auf dem Niveau B2 sowie einer weiteren Fremdsprache auf dem Niveau B1 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen

**Regelstudienzeit:** 4 Semester

**Abschluss:** Master of Arts (M. A.)

**Studienbeginn:** in der Regel Wintersemester

# Master Digitale Medien- und Kommunikationskulturen

Der Masterstudiengang fokussiert Praktiken vernetzter Alltags-, Diskurs-, Konsum-, Unternehmens- und Politikulturen, die zunehmend durch Digitalisierung, Mobilisierung und Visualisierung geprägt sind. Im Mittelpunkt des Studiums stehen der Erwerb von fachspezifischem Wissen der Kommunikations- und Bildwissenschaften sowie die Vertiefung methodischer Kenntnisse der qualitativen Sozialforschung und Bildanalyse. Je nach Interesse werden Spezialisierungen in den Bereichen Wirtschaftswissenschaft und Medieninformatik sowie Zusatzqualifikationen in geistes- und sozialwissenschaftlichen Nachbardisziplinen angeboten.



„Die Entscheidung für den Masterstudiengang traf ich aufgrund seiner klaren Ausrichtung auf onlinevermittelte Kommunikation und des Schwerpunkts auf qualitative Forschungsmethoden. Mich überzeugt, dass wir eigene, praxisnahe Forschungsprojekte zu aktuellen Themen entwickeln und in kleinen Gruppen durchführen können. Die zahlreichen Spezialisierungsmöglichkeiten erlauben mir zudem die Zusammenstellung eines persönlichen Studienprofils.“

Sabine Meier, Absolventin Digitale Medien- und Kommunikationskulturen



# Aufbau des Studiums

## Basismodule (1. - 3. Semester)

- Digitale Kommunikation
- Digitale Alltagskulturen
- Visuelle Kulturen
- Digitale Bildlichkeit

## Ergänzungsmodule (1. - 3. Semester)

- Wirtschaft, Marketing und Medienrecht  
oder
- Medieninformatik

## Modul Zusatzqualifikation (2. - 3. Semester)

Aus den nachfolgend genannten Modulen ist eines auszuwählen:

- Psychologie
- Germanistik
- Pädagogik
- Interkulturelle Kommunikation und Interkulturelle Kompetenz
- Politikwissenschaft
- Soziologie
- English Literatures and Cultures

## Modul Master-Arbeit (4. Semester)

## Berufsperspektiven

Der Masterstudiengang Digitale Medien- und Kommunikationskulturen soll Sie befähigen, digitale Transformationen in Medien, Kultur und Gesellschaft zu verstehen und dieses Verständnis in der Praxis, in der Medienberatung und Kreativwirtschaft sowie in der weiteren Forschung anzuwenden. Der Studiengang vermittelt Ihnen Fähigkeiten, die Ihnen eine präzise und professionelle Reflexion von Medien unterschiedlichster Art ermöglichen und die Ihnen ein analytisches Verständnis auch zukünftiger medientechnischer Entwicklungen sichern – beispielsweise in Bereichen der sozialen und öffentlichen Kommunikation, der technischen Assistenzsysteme, des Designs, der Unterhaltung und der Politik.

Auf das vorherige Bachelorstudium aufbauend bereitet der Studiengang auf eine Karriere in Unternehmen vor, in öffentlichen Institutionen und Bildungseinrichtungen, in der Markt- und Medienforschung, in der Politik- und Unternehmensberatung, in Werbe- und Medienagenturen, im Social-Media-Consulting oder in der Medien- und Kreativwirtschaft.

# Master Medien- und Instruktionspsychologie

Ein sich rasant entwickelnder und von ständigen Innovationen geprägter Zeitgeist bietet ständig neue Herausforderungen bei der Erforschung des Erlebens und Lernens in einer von vielfältigen Medien geprägten Alltagswelt. Die Inhalte des Studienganges orientieren sich daher an aktuellen Fragestellungen der Medien- und Instruktionspsychologie und gewährleisten die dringend benötigte enge Verzahnung von Studium, Forschung und Praxis. Lehrveranstaltungen zu Themenkomplexen wie der Medienwirkungsforschung bei Film, Fernsehen und Computerspielen sowie zur Gestaltung und Wirksamkeit multimedialer Lernumgebungen vermitteln dabei vertiefende Inhalte aus Kernbereichen der Lehr-/Lernforschung und der Medienpsychologie. Studierende erhalten fundierte Kenntnisse zu kognitiven, emotionalen und motivationalen Auswirkungen verschiedener Medienangebote. Mithilfe von Wahlvertiefungen und Ergänzungsmodulen können individuelle Interessensgebiete zudem fachlich und methodisch vertieft werden.



„Der Masterstudiengang Medien- und Instruktionspsychologie überzeugt insbesondere wegen seiner einzigartigen Spezialisierung, die sowohl Absolventen der Psychologie als auch der empirischen Kommunikationswissenschaften anspricht. Am Studiengang gefallen mir besonders die spannenden Inhalte und die Arbeit an eigenen Forschungsprojekten in kleinen Studentengruppen.“

Yannik Augustin, Student der Medien- und Instruktionspsychologie



# Aufbau des Studiums

Die Kernfächer der Medien- und Instruktionspsychologie können mit Inhalten zu Wirtschaft, Marketing oder Medieninformatik ergänzt werden und ermöglichen Studierenden damit die Realisierung individueller Qualifikationsprofile, die den heterogenen Spezialisierungsanforderungen der Medienbranche gerecht werden.

## Basis- und Schwerpunktmodule (1. - 3. Semester)

- Grundlagen der Medien- und Instruktionspsychologie (Basiswissen und Konzepte)
- Methodenvertiefung (Wiederholung und Vertiefung quantitativer Forschungsmethoden)
- Virtual Environments (Augmented- und Virtual Reality, Computerspiele)
- Multimedia Design (Gestaltung multimedialer Lernmedien, Eye-Tracking)
- Film und Fernsehen (Filmpsychologie, Film und Fernsehen im Wandel)
- Interaktive Lernmedien (Computersimulationen und digitale Lernspiele)

## Vertiefungsmodule (2. - 3. Semester)

Aus den nachfolgend genannten Modulen ist eines auszuwählen:

- Forschungsvertiefung Medienpsychologie (einjähriges Forschungsprojekt)
- Forschungsvertiefung Instruktionspsychologie (einjähriges Forschungsprojekt)

## Ergänzungsmodule (1. - 3. Semester/Auswahl von zwei der nachfolgend genannten)

Aus den nachfolgend genannten Modulen sind zwei auszuwählen:

Psychologie, Medieninformatik, Wirtschaft, Marketing und Medienrecht, Germanistik, Pädagogik, Soziologie, Interkulturelle Kommunikation und interkulturelle Kompetenz

## Modul Master-Arbeit (studienbegleitend im 4. Semester)

# Berufsperspektiven

Absolventen des Masterstudienganges Medien- und Instruktionspsychologie finden auf dem deutschen wie internationalen Arbeitsmarkt in vielen Bereichen interessante Einsatzmöglichkeiten. Berufsprofile sind unter anderem:

- Mitarbeiter/in in Gremien zur Medienplanung, -konzeption, und -evaluation in Bereichen wie Film, Fernsehen, Radio, Print und Onlinemedien
- Medienbeauftragte/r an Schulen, Hochschulen, Abendschulen und anderen Bildungsinstitutionen
- Instructional Designer/in in vielfältigen Bereichen von Unternehmen, politischen Organisationen, Lehrbuchverlagen, (Landes-)Medienzentren und anderen Organisationen
- E-Learning-Didaktiker/in, Knowledge Transfer Consultant, Learning and Development Consultant in Personalentwicklung bzw. Personal- und Weiterbildungsabteilungen
- Medienentwickler/in für computergestützte oder mobile Anwendungen
- Akademische/r Mitarbeiter/in oder Verantwortliche/r für mediale Präsenz an Hochschulen

# Master Semiotik und Multimodale Kommunikation

Heute wird medienübergreifend erzählt, berichtet und geworben. Kommunikation ist so komplex geworden, dass traditionelle linguistische Ansätze zu kurz greifen. Der deutschlandweit einmalige Masterstudiengang Semiotik und Multimodale Kommunikation bringt die Untersuchung natürlicher, alter und neuer Medien zusammen. Er verbindet Forschung und Praxis und bietet vielfältige Wahl- und Vertiefungsmöglichkeiten.

Der Studiengang kombiniert dafür Ansätze der Semiotik und Linguistik sowie der empirischen Medienforschung und führt so in geisteswissenschaftliche wie auch empirische Forschungsmethoden ein. Er vermittelt, wie man das Zusammenwirken von Rede und Geste und Texten und Bildern theoretisch erfasst, aber auch mit welchen Techniken Kommunikation aus multimodaler Perspektive erforscht werden kann.



„Unter multimodaler Kommunikation verstehen wir alle Situationen, in denen mehrere Zeichenarten zusammenwirken: Texte, Bilder und Videos auf Webseiten, Rede und Geste in der mündlichen Kommunikation, Bilder, Sprache und Musik in Filmen, Sprache und interaktive Raumdarstellung in Computerspielen. Der Studiengang vermittelt ein Verständnis für diese vielfältigen Zusammenhänge und die Fähigkeit sie zu analysieren.“

Ellen Fricke, Professorin für Germanistische Sprachwissenschaft, Semiotik und Multimodale Kommunikation, TU Chemnitz



## Aufbau des Studiums

Komplexe Kommunikationsprozesse stellen besondere Herausforderungen dar und bedürfen innovativer Forschungsmethoden. Das dreisemestrige Basismodul Digital Humanities führt nicht nur in aktuelle Themen wie Digitale Editionen und Visualisierungstechniken ein, sondern bietet in Verbindung mit dem Virtual Environments Learning Lab (VELL Lab) der Philosophischen Fakultät den Studierenden die einzigartige Möglichkeit, simulierte Realitäten zu erfahren, mit Cyberbrillen zu arbeiten und neue computergestützte Forschungsmethoden wie Eyetracking kennenzulernen.

Zwei Studienschwerpunkte ermöglichen den Studierenden eine eigene Profilbildung. Im Schwerpunkt Kultursemiotik steht die Verwendung von Zeichen in Kulturen und die Frage von Kulturen als Zeichensystem im Fokus. Menschen sprechen und gestikulieren unterschiedlich und verfügen über verschiedene Bildtraditionen. Im alternativ wählbaren Schwerpunkt Kognitive Semiotik stehen Zeichenprozesse als kognitive Vorgänge im Vordergrund. Hier geht es u. a. um redebegleitende Gesten als Indikatoren für innere Vorstellungen, die Rezeption von Bildern und Filmen oder die Erforschung von Mediennutzungsverhalten.

### Basismodule (1. – 3. Semester)

- Grundlagen der Semiotik
- Grundlagen der Multimodalität
- Methoden
- Digital Humanities

### Vertiefungsmodule (Schwerpunkte) (2. – 3. Semester)

- Kultursemiotik
- Kognitive Semiotik

### Ergänzungsmodule (2. – 3. Semester)

- Germanistik: Interkulturelle Perspektiven auf Literatur, Sprache und Kommunikation
- Digitale Medien und Medienpsychologie
- E-Learning
- Rezeptionskulturen der Vormoderne
- Anglistik: Interkulturelle Perspektiven auf Literatur, Sprache und Kommunikation

### Modul Master-Arbeit (4. Semester)

## Berufsperspektiven

Die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs sind die in digitalen Fragen versierten Geisteswissenschaftlerinnen und Geisteswissenschaftler von morgen. Vermittelt werden forschungs- und anwendungsbezogene Kompetenzen, die auf diverse Berufsfelder vorbereiten. Kompetenzen der Semiotik und Multimodalitätsforschung werden in alten wie auch neuen Branchen zunehmend nachgefragt, zum Beispiel im Mediendesign, der Technologieentwicklung, im Marketing und der Unternehmenskommunikation, in Kultureinrichtungen und -stiftungen, in Archiven und Museen, im Journalismus und im Verlagswesen sowie in Forschungsinstitutionen.

NOTIZEN



TECHNISCHE UNIVERSITÄT  
IN DER KULTURHAUPTSTADT EUROPAS  
CHEMNITZ

An aerial photograph of a city street, likely in Oslo, Norway, featuring a large, ornate white building with a central entrance. The street is lined with trees and other buildings. A large, semi-transparent green graphic overlay is centered on the image, containing the word "Welcome" in a white, cursive font and "@TUC" in a white, sans-serif font inside a dark green circle.

Welcome  
@TUC

## GRUNDLEGENDES

Die Bewerbung für Masterstudiengänge an der TU Chemnitz erfolgt online unter:

<https://campus.tu-chemnitz.de/>

Gegebenfalls erfolgt eine fachliche Prüfung der Zulassungsvoraussetzungen durch den Prüfungsausschuss.

Alle Hinweise zur Studienbewerbung: [www.tu-chemnitz.de/studienbewerbung](http://www.tu-chemnitz.de/studienbewerbung)

### WEITERE INFORMATIONEN:

#### **Studieren in Chemnitz**

[www.studium-in-chemnitz.de](http://www.studium-in-chemnitz.de)

#### **FAQ - Häufig gestellte Fragen**

[www.tu-chemnitz.de/studierendenservice/faq.php](http://www.tu-chemnitz.de/studierendenservice/faq.php)

#### **Studierendenservice**

Straße der Nationen 62, Raum A10.043

+49 371 531-33333

[studierendenservice@tu-chemnitz.de](mailto:studierendenservice@tu-chemnitz.de)

#### **Zentrale Studienberatung**

Straße der Nationen 62, Raum A10.046

+49 371 531-55555

[studienberatung@tu-chemnitz.de](mailto:studienberatung@tu-chemnitz.de)

#### **Fachstudienberatung**

Eine Übersicht aller Fachstudienberater finden Sie unter

[www.tu-chemnitz.de/studienberater](http://www.tu-chemnitz.de/studienberater)

#### **Postanschrift**

Technische Universität Chemnitz

Studierendenservice und Zentrale Studienberatung

09107 Chemnitz

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde in der Regel das generische Maskulinum verwendet. Sämtliche Personen-, Amts- und Funktionsbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.