

Prüfungsliteratur Bachelorprüfung

Verbund BA Medienwissenschaften/Medienpsychologie

Zu jedem Fachgebiet werden vier offene Fragen gestellt. Es gibt jeweils einen Grundlagentext und mehrere Vertiefungstexte.

A. Fachgebiet Medienpsychologie

Basistext

Vorderer, P. (2004). Unterhaltung. In R. Mangold, P. Vorderer, G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 543-564). Göttingen: Hogrefe.

Vertiefende Literatur:

- Zillmann, D. & Bryant, J. (1974). Effect of residual excitation on the emotional response to provocation and delayed aggressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30 (6), 782-791.
- Unz, D. & Schwab, F. (2004). Nachrichten. In R. Mangold, P. Vorderer, G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 493-527). Göttingen: Hogrefe.
- Schenk, M. (2007). *Medienwirkungsforschung* (3. Auflage). Tübingen: Mohr. Daraus: „Hypothese des Two-Step-Flow of Communication und die Meinungsführer-konzeption“ (S. 350-400)
- Schenk, M. (2007). *Medienwirkungsforschung* (3. Auflage). Tübingen: Mohr. Daraus: „Die Theorie der Schweigespirale“ (S.526-577)

B. Fachgebiet Sozialpsychologie

Basistext

Hannover, B., Mauch, M. & Leffelsend, S. (2004). Sozialpsychologische Grundlagen. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 175-197). Göttingen: Hogrefe.

Vertiefende Literatur

- Petty, R. E., Cacioppo, J. T. & Schumann, D. (1983). Central and Peripheral Routes to Advertising Effectiveness: The Moderating Role of Involvement. *Journal of Consumer Research*, 10, 135-146.
- Smith, R. A. (2005). The classroom as a social psychology laboratory. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24, 62-71.

C. Fachgebiet Allgemeine Psychologie I und II

Basistext

Schwan, S. & Hesse, F. W. (2004). Kognitionspsychologische Grundlagen. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 73-99). Göttingen: Hogrefe.

Vertiefende Literatur

- Salomon, G. (1984). Television is "easy" and print is "tough": The differential investment of mental effort in learning as a function of perceptions and attributions. *Journal of Educational Psychology*, 76(4), 647-658.
- Zillmann, D. (2004). Emotionspsychologische Grundlagen. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 101-128). Göttingen: Hogrefe.
- Zillman, D. (1988). Mood management through communication choices. *American Behavioral Scientist*, 31, 327-340.