



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
IN DER KULTURHAUPTSTADT EUROPAS
CHEMNITZ

Philosophische Fakultät
Medien

Masterstudiengänge

Digitale Medien und Kommunikationskulturen

Medien- und Lernpsychologie

Semiotik und Multimodale Kommunikation



www.tu-chemnitz.de



Alle Studiengänge im Überblick
www.tu-chemnitz.de/studiengaenge



zur Fakultätsseite
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 bzw. ein inhaltlich gleichwertiger Studiengang

Regelstudienzeit: 4 Semester

Abschluss: Master of Arts (M.A.)

Studienbeginn: in der Regel Wintersemester

Master Medien- und Lernpsychologie

bisher: Master Medien- und Instruktionspsychologie (Umbenennung zum Wintersemester 2025/2026)

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. Semester)

- Digitale Medien
- Visuelle Soziologie

Methodenmodule (1. Semester)

- Digital Methods
- Spezielle Probleme der Bilddatenanalyse

Forschungsmodule (2. Semester)

- Digitale Medienkommunikation
- Visuelle Sozialkommunikation

Vertiefungsmodule (3. Semester)

- Vertiefung Soziale Medien
- Vertiefung Visuelle Kulturen
- Vertiefung Strategische Kommunikation

Ergänzungsmodule (1. - 4. Semester)

Aus den folgenden Ergänzungsbereichen sind zwei auszuwählen, wobei Module, die bereits im Bachelorstudiengang belegt wurden, nicht nochmals absolviert werden dürfen.

- Medien und Informatik, Allgemeine und Spezielle Soziologie, Vertiefende Soziologie, Wirtschaftswissenschaften, Semiotik und Multimodale Kommunikation, Digital Humanities, Neuere Deutsche und Vergleichende Literaturwissenschaft, Interkulturelle Kommunikation, Medien- und Instruktionspsychologie, Europäische Studien und Geschichtswissenschaften, Politikwissenschaft, Praktikum

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 Lernpsychologie

Digitale Medien prägen unseren Alltag – ob in sozialen Netzwerken, beim Streaming von Unterhaltungsinhalten oder im Einsatz innovativer Lehr-Lern-Technologien. In Anerkennung dieser Relevanz vermittelt der Studiengang Medien- und Lernpsychologie aktuelles Wissen über Mediennutzung und -wirkung mit besonderem Fokus auf psychologische Erkenntnisse, wobei neben medial vermittelten Kommunikations- und Entertainmentprozessen auch das Lernen in digitalen Kontexten besonders gewürdigt wird. Die Kernfächer der Medien- und Lernpsychologie 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. Damit bereitet der Masterstudiengang gezielt auf die Arbeit in verschiedenen kommunikativen, pädagogisch-didaktischen, journalistischen und unterhaltungsbezogenen Wirkungsfeldern vor – in Forschung, Bildung, Medienentwicklung, Beratung, und überall dort, wo psychologisches Know-how und Medienkompetenz gefragt sind.



„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 (frühere Bezeichnung des Studienganges)



Aufbau des Studiums

Basismodule Fachliche und methodische Grundlagen (1. - 2. Semester)

- Medienpsychologie: Grundlagen
- Lernpsychologie: Grundlagen
- Statistische Verfahren I
- Statistische Verfahren II

Inhaltliche Kernmodule Medienpsychologie (1. - 3. Semester)

- Social Media: Uses and Effects
- Digital Mass Communication
- Hedonic Entertainment
- Eudaimonic Entertainment

Inhaltliche Kernmodule Lernpsychologie (1. - 3. Semester)

- Kognitive und metakognitive Prozesse
- Motivationale, emotionale und soziale Prozesse
- Multimediale Lernmedien
- Interaktive Lernmedien

Module Forschungspraxis (2. - 3. Semester)

Studierende wählen ein forschungspraktisches Projekt mit Fokus entweder in der Medienpsychologie oder der Lernpsychologie. Sie durchlaufen in Kleingruppen die Konzeption, Durchführung und Auswertung einer empirischen Studie und werden so bereits frühzeitig auf die Anforderungen der Masterarbeit vorbereitet.

Profilmodule (4. Semester)

Zur Profilbildung in den Kernthemen des Studiengangs wird eines der beiden Module ausgewählt:

- Gesellschaftliche und ethische Implikationen der Digitalisierung
- Lernen und Künstliche Intelligenz

Ergänzungsmodule (1. - 3. Semester)

Zur weiteren individuellen Spezialisierung wählen Studierende sowohl Ergänzungsangebote am Institut für Medienforschung, als auch aus weiteren Angeboten der TU Chemnitz (u. a. Psychologie, Soziologie, Marketing, Interkulturelle Kommunikation, Germanistik...)

Modul Master-Arbeit (4. Semester)

Berufsperspektiven

Es gibt auf dem deutschen wie internationalen Arbeitsmarkt in vielen Bereichen interessante Einsatzmöglichkeiten. Durch die in ihrem Studium erworbenen Kompetenzen können vielfältige Aufgaben u. a. in folgenden Bereichen wahrgenommen werden:

- Medienplanung und -konzeption
- Content-Redaktion (Social Media/Print)
- Bildungsmedien und Medienkoordination
- Karriere in der Wissenschaft oder Wissenschaftskommunikation
- Instructional Design und Bildungstechnologie
- E-Learning und Personalentwicklung
- Konzeptuelle Medien-, App- und Softwareentwicklung

Weitere Informationen finden Sie unter:

www.tu-chemnitz.de/phil/studium/studiengaenge/ma_medienpsychologie.php#beruf



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)

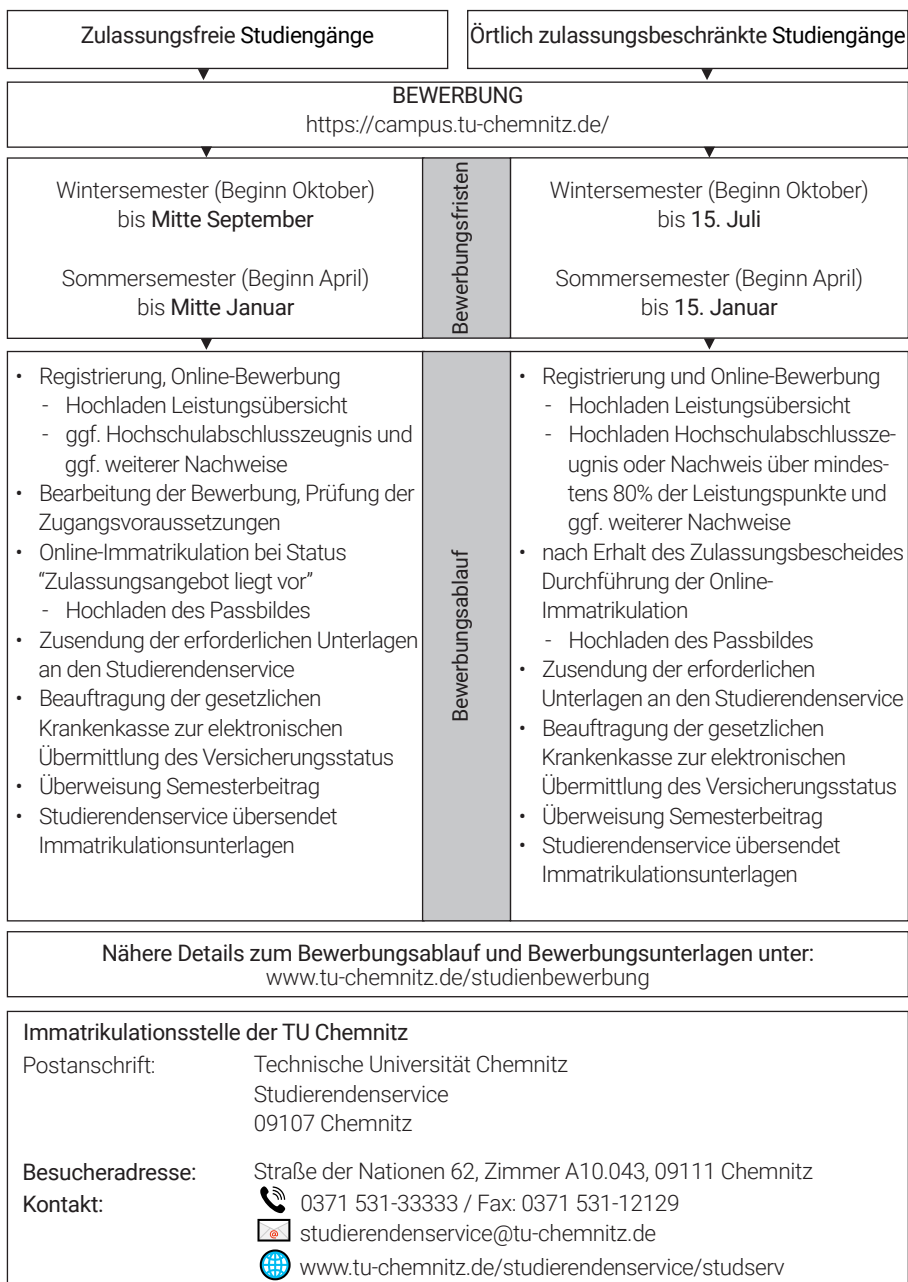
Berufsperspektiven

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.

Bewerbung, Zulassung und Immatrikulation

Wie läuft das Bewerbungsverfahren für Masterstudiengänge ab?

Hinweis: Alle Masterstudiengänge der Philosophischen Fakultät sind zulassungsfrei.





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

WEITERE INFORMATIONEN:

Studieren in Chemnitz

www.studium-in-chemnitz.de

FAQ - Häufig gestellte Fragen

www.tu-chemnitz.de/studierendenservice/faq.php

Studierendenservice

Straße der Nationen 62, Raum A10.043

+49 371 531-33333

studierendenservice@tu-chemnitz.de

Zentrale Studienberatung

Straße der Nationen 62, Raum A10.046

+49 371 531-55555

studienberatung@tu-chemnitz.de

Fachstudienberatung

Eine Übersicht aller Fachstudienberater finden Sie unter

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.

Fotos: TU Chemnitz, Frank Schettler, Andreas Bischof, Ulf Dahl, KI-generiert mithilfe von Google Gemini, Bild von StockSnap auf pixabay, privat

Auflage Juli 2025