

JYTTE LUND LARSEN
& TORBEN CHRISTENSEN

MEDIEPSYKOLOGI

– Retninger – Fremtid



Hedwig

JYTTE LUND LARSEN
TORBEN CHRISTENSEN

MEDIEPSYKOLOGI

Hedwig

Mediepsykologi

© 2018 Jytte Lund Larsen, Torben Christensen og Forlaget Hedwig

Grafisk produktion: KWG Design, Odense

Grafiker: Christina Tscherning Andersen

Forlagsredaktør: Charlotte Levin

ISBN 978-87-970328-0-0

Kopiering fra denne bog må kun finde sted på institutioner eller virksomheder, der har indgået aftale med Copydan Tekst & Node, og kun inden for de rammer, der er nævnt i aftalen.

Ekspedition:

Forlaget Hedwig ApS

Kragsbjergvej 22, 1.

5000 Odense C

Tlf.: 22 46 02 57 / 23 99 19 43

Email: hedwig.forlag@gmail.com

www.forlagethedwig.dk

Private kan købe bøger online på:

www.forlagethedwig.dk eller www.mellemgaard.dk

INDHOLD

Forord	4
Kapitel 1: Pædagogisk værktøjskasse	5
Kapitel 2: Værktøjskasse	9
Kapitel 3: Hvad er Mediepsykologi?	14
Kapitel 4: Ungdom	18
Kapitel 5: Digital dannelse	26
Kapitel 6: Identitetsdannelse og medier	31
Kapitel 7: Et biologisk perspektiv	39
Kapitel 8: Medier i socialpsykologisk perspektiv	42
Kapitel 9: Digital fortælling og andre medier	53
Kapitel 10: Adfærdsdesign og teknologi	57
Kapitel 11: Medier og arbejde	61
Kapitel 12: Idétanken	66
Afslutning: Mediepsykologi i systemisk forståelse	70
Billedreferencer	73

FORORD

Mediepsykologi undersøger forbrug af medier, hvordan medier påvirker os, og hvilke konsekvenser det kan have. Der sker en påvirkning, når vi ser en reklame, bliver nudget, hører en genkendelig lyd (jingle), får påvirkninger fra TV og sociale medier (SoMe). Men også bygninger, malerier, piercing, tatoveringer, tekster, udstillinger, musik og film har indflydelse på os.

Mediepsykologi omfatter temaer, der undersøger medieforbrug og sammenhængen mellem påvirkning, virkemidler og den konsekvens, det kan have for den enkelte bruger. Vores temavalg afspejler vægtning af stoffet, hvilket også giver nogle fravalg. Et af budskaberne er, at de sociale medier har betydning for identitetsdannelse og udvikling af sociale kompetencer. Vi har derfor brugt fagpersoner, der har givet deres bud på, hvordan man kan forholde sig til medier som tatovering, graffiti, falske nyheder og robotteknologi.

Strukturen i bogen er, at vi tager udgangspunkt i bekendtgørelsen for psykologi til den gymnasiale uddannelse, som giver forslag til, hvordan man kan relatere mediepsykologi til kernestoffet, innovation, tværfaglighed, karriere, globalisering, dannelse og etik med mere. Kapitlerne indeholder tekster, opgaver, begreber og spørgsmål, der hjælper eleverne til at reflektere over, hvad de har lært, lagre deres viden og senere lave selvstændige produktioner.

Der er to interviews på engelsk med en ung italiener og en amerikansk forsker Matthew Fisher fra Yale University. Vi interviewede ham med udgangspunkt i en af hans artikler. Vi oversætter ikke interviewet, da det er et eksempel på brugen af engelsk i faget.

Interviews og voxpops er redskaber, som journalister bruger, når de skal belyse et emne. Disse redskaber kan vore læsere også bruge i mediepsykologi.

Bogen lægger op til, at man for eksempel kan lave et tværfagligt tema med overvågning, droner, kunstig intelligens og afhængighed.

Vi underviser selv målgruppen i psykologi og vælger at kalde vore læsere for elever, selvom der også er voksne kursister, der går på VUC & HF. Undervisere og studerende på andre uddannelser med interesse for mediepsykologi kan også få udbytte af bogen.

*Jytte Lund Larsen & Torben Christensen
Højbjerg og Ringsted, efterår 2017*

KAPITEL 1

PÆDAGOGISK VÆRKTØJSKASSE

Formålet med værktøjskassen er at give underviser og elever idéer til, hvordan man kan tilegne sig et stof. Der er et afsnit til både underviser og elever. Når eleven har arbejdet med stoffet, har han eller hun et begrebsapparat omkring mediepsykologi og også en forestilling om, hvordan man kan relatere og tænke inden for psykologiens øvrige genstandsområde.

TIL UNDERVISEREN

Vi giver idéer til opgaver, så underviseren kan variere opgaver, hvor eleven kan genkende og bruge egne læringsstile, når han eller hun lærer: Er eleven visuel, auditiv, lærer gennem følelser eller at gøre noget? Som svar på spørgsmålet, anbefaler vi, at klassen tager udgangspunkt i tre spørgsmål, som giver et hint om, hvordan læringsstilen er.

- Hvordan lærer du?
- Hvilken læringsstil har du?
- Hvordan lærer du bedst: alene, i en gruppe eller i klassen?

Gennem dialog lærer eleverne både af underviser og af hinanden, og mangfoldighed og forskellige forudsætninger i en klasse kræver, at klassen finder sin egen identitet og måde at lære på. Hvis der er aldersspredning, kan underviseren også bruge de forskellige elevers erfaring, viden og digitale kompetencer, når han eller hun tilrettelægger undervisningen.

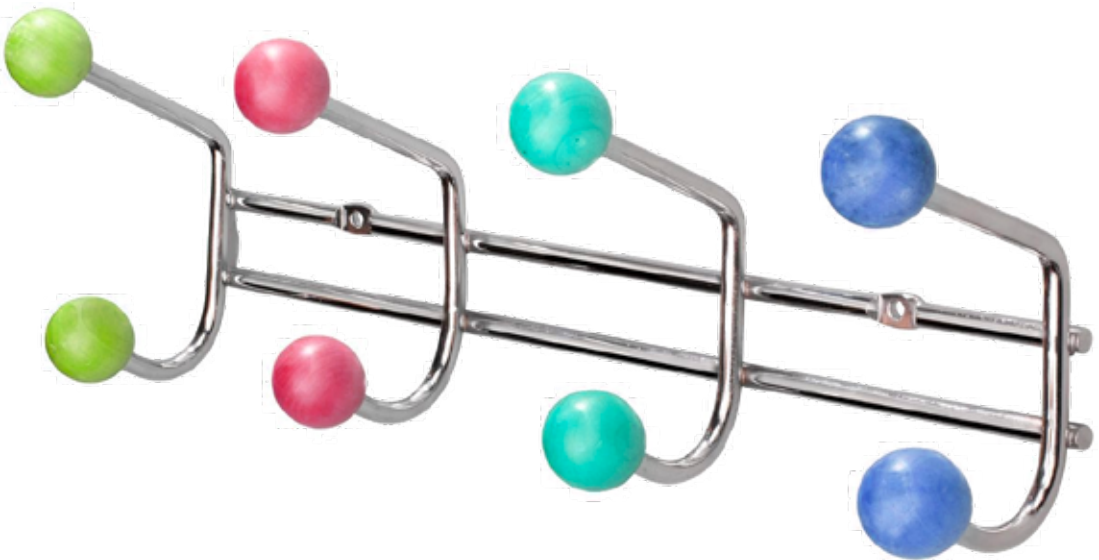
TILEGNELSE AF STOF

Efter hvert kapitel er der en begrebsliste over de vigtigste begreber, en litteraturliste og den mentale knagerække, som giver eleven mulighed for at se sammenhænge i stoffet og reflektere over sin egen læring. Eleven får disse tre spørgsmål efter hvert kapitel. Og i kapitel 11 med idétanken er der forslag til mediepsykologi set i et tværfagligt perspektiv.

I den forbindelse er der præsentation af en tekst om transhumanisme og robotter, som eleven selv skal formulere problemspørgsmål til.

EKSEMPEL PÅ REFLEKSIONSRAPPORT OG KNAGERÆKKE

- Hvad har du lært?
- Hvordan har du lært det?
- Hvorfor har du lært det?



Her kan du hænge din viden og få et overblik over, hvad du har lært.

DIGITALE NOTER

Man kan forstå digitale noter som et udvidet tekstbegreb, hvor lyd, billeder, video og animation er med til at understøtte læring. Digitale noter stimulerer sanser og giver et læringsmiljø, hvor man kan producere, sende og dele noter. Set i pædagogisk sammenhæng er det vidensdeling. Men digitale noter og læring er også en del af den digitale dannelse, som vi har et selvstændigt afsnit om.