

STUDIENGANG "INTERNATIONALE KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENFORSCHUNG"
MODULBESCHREIBUNG

Details zum Modul					
LV-Nummer		Studienjahr		Studiensemester	
ICMR101		2023-2024		1	
Bezeichnung		VL	UE	LU	ECTS
Fortschritte in der Kommunikations- und Medientheorie		2	0	0	5
Sprache	Englisch				
Studium	Master	x	Doktor		
Studiengang	Internationale Kommunikations- und Medienforschung				
Lehr- und Lernformen	Präsenzlehre (60%) / Fernlehre (40%)				
Modultyp	Pflichtfach	x	Wahlfach		
Lernziele	<p>Von den Studierenden wird erwartet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verständnis für wichtige Konzepte und theoretische Ansätze zu neuen Technologien und Medien gewinnen, - die Auswirkungen der Entwicklung einer neuen Medienumgebung auf den sozialen, politischen und kulturellen Wandel zu identifizieren, - Fähigkeiten zur kritischen Reflexion und Diskussion über Hauptthemen der modernen Gesellschaften im Hinblick auf neue Informationstechnologien entwickeln und - Theorie nutzen, um bessere Medienproduzenten und -konsumenten zu werden. 				
Lerninhalte	<p>Dieser Kurs beginnt mit einer kurzen Erinnerung an zentrale Aspekte der Entwicklung der Kommunikations- und Medientheorie. Nach erfrischenden Erinnerungen an die Chicago School, Frankfurt School, Birmingham School und Toronto School, politische Ökonomie und Kultur-/Kreativwirtschaftsansätze wird der Kurs die Geschichte und Theorie der neuen Medien aus kultureller und politischer Perspektive skizzieren und untersuchen, wie neue Medien unsere Erfahrung einrahmen. der Welt und gestalten unser politisches Engagement (in Bezug auf partizipative Politik, Öffentlichkeit, Zensur und Regierungsmentalität) darin und wie sich neue Medien mit dem Identitätsgefühl und dem kulturellen Engagement des Einzelnen überschneiden.</p> <p>Der Kurs führt die Studierenden auch in die Mediatisierung als theoretisches Konzept ein, um zu verstehen, wie Medien intrinsisch mit sozialen und kulturellen Praktiken verflochten sind und wie sie soziale Institutionen und die Kultur im Allgemeinen beeinflussen.</p>				
Teilnahmevoraussetzungen	–				
Koordinator(in)	–				
Dozent(in)	Asst. Prof. Dr. Elif Posos Devrani				
Assistent(in)	İpek Kesici M.A.				
Praktikumsstatus	–				
Fachliteratur					

STUDIENGANG "INTERNATIONALE KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENFORSCHUNG"
MODULBESCHREIBUNG

<p>Bücher / Skripte</p>	<p>Altheide, D.L. (2015). Media Logic. In Mazzoleni G. (Ed.), <i>The International Encyclopedia of Political Communication</i>. Wiley-Blackwell. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/313386386_Media_Logic.</p>
	<p>Auerbach, J. & Castronovo R. (2013). Introduction. "Thirteen Propositions about Propaganda." In <i>The Oxford Handbook of Propaganda Studies</i> (pp. 1 – 12). New York: Oxford University Press.</p> <p>Castells M. (2000). <i>The Rise of the Network Society</i> (Vol.1) (Chapter 1. The Information Technology Revolution). Wiley Blackwell.</p> <p>Couldry, N., & Hepp, A. (2013). Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. <i>Communication Theory</i>, 23(3), 191-202.</p> <p>Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society. <i>Nordicom review</i>, 29(2), 102-131. Retrieved from: https://content.sciendo.com/view/journals/nor/29/2/article-p102.xml.</p> <p>Jenkins H. (2006). <i>Convergence Culture: Where Old and New Media Collide</i>. (Introduction: Worship at the Altar of Convergence: A New Paradigm for Understanding Media Change). New York: New York University Press.</p> <p>Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). <i>Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture</i>. NEW YORK; LONDON: NYU Press. Retrieved June 18, 2021, from http://www.jstor.org/stable/j.ctt9qfk6w.</p> <p>Krotz, F. (2017). Explaining the mediatization approach. <i>Javnost-The Public</i>, 24(2), 103-118.</p> <p>Livingstone, S. & Lunt, P. (2014). Mediatization: an emerging paradigm for media and communication research? In: Lundby, K., (ed.) <i>Mediatization of Communication</i> (pp. 703724). Berlin: De Gruyter Mouton.</p> <p>Van Dijck, J. (2013). <i>The culture of connectivity: A critical history of social media</i>. Oxford University Press.</p> <p>Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. <i>Media and communication</i>, 1(1), 2-14. Retrieved from: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2309065.</p>
<p>Weitere Literaturquellen</p>	<p>Robinson, Piers. 2016, August 2. "Russian News May be Biased, But So is Much Western News." <i>The Guardian</i>.</p> <p>Andrew, Liam. 2014, October 29. "Controlled Chaos: As Journalism and Documentary Film Converge in Digital, What Lessons Can They Share?" <i>Neiman Lab at Harvard</i>.</p>
<p>Lernmaterialien</p>	

STUDIENGANG "INTERNATIONALE KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENFORSCHUNG"
MODULBESCHREIBUNG

Dokumente	–
Hausaufgaben	–
Prüfungen	–

Zusammensetzung des Moduls

Sozialwissenschaften		100%
Naturwissenschaften		%
Ingenieurwissenschaften		%
Fachkenntnis		%

Bewertungssystem

Aktivität	Anzahl	Gewichtung in der Endnote (%)
Zwischenprüfung		

Quiz		
Hausaufgaben	1	20
Anwesenheit		
Übung	2	80
Projekte		
Abschlussprüfung		
	Summe	100

ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand

Aktivität	Anzahl	Dauer	Gesamtaufwand (Stunden)
Vorlesungszeit	14	2	28
Selbststudium	14	3	42
Hausaufgaben	1	20	20
Präsentation / Seminarvorbereitung	1	20	20
Zwischenprüfung			
Übung			
Labor			
Projekte			

STUDIENGANG "INTERNATIONALE KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENFORSCHUNG"
MODULBESCHREIBUNG

Abschlussprüfung	1	40	40
Summe Arbeitsaufwand			150
ECTS Punkte (Gesamtaufwand /30)			5
Lernergebnisse			
1	Entwicklung analytischer Fähigkeiten zum Vergleichen und Gegenüberstellen der Wirksamkeit verschiedener theoretischer Ansätze zur Massenkommunikation		
2	Befähigung zum kritischen Denken, Schreiben und Kommunizieren in Bezug auf zentrale Debatten der Kommunikations- und Mediengeschichte		
3	Sich kritisch mit dem Verhältnis von Massenmedien, Massenkommunikation und wirtschaftlichem, sozialem und politischem Wandel auseinandersetzen		
4	Neue Bereiche der Politikgestaltung in Bezug auf Massenmedien und neue Medien erkennen und kritisch reflektieren		
Wöchentliche Themenverteilung			
1	Einführung und Übersicht über den Lehrplan		
2	Erfrischende Erinnerung an zentrale Aspekte der Entwicklung der Kommunikations- und Medientheorie		
3	Erfrischende Erinnerung an zentrale Aspekte der Entwicklung der Kommunikations- und Medientheorie		
4	Charakterisierung der neuen Medien		
5	Neue Medien, Identität und der Alltag		
6	Aufmerksamkeitsökonomie und Social Media		

**STUDIENGANG "INTERNATIONALE KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENFORSCHUNG"
MODULBESCHREIBUNG**

7	Propaganda damals und heute: Analyse der zeitgenössischen Propaganda
8	Die Rolle der neuen Medien bei Empowerment und Schutz
9	Partizipative Politik und Demokratie
10	Social Media, Überwachung und Sichtbarkeit
11	Medienlogik
12	Mediatisierung
13	Verschiedene Ansätze der Mediatisierung
14	Verschiedene Ansätze der Mediatisierung

Beitrag der Lernergebnisse zu den Lernzielen des Programms (1-5)

	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	5	3	4		2	1
2	4	3	4	3	2	1
3	4	2	4	4	2	2
4	4	3	4	4	4	3

Beitragsgrad: 1: Sehr Niedrig 2: Niedrig 3: Mittel 4: Hoch 5: Sehr Hoch

<https://obs.tau.edu.tr/oibs/bologna/progProfile.aspx?lang=en&curSunit=6028>

Erstellt von:	Wi. Mi. H. Zeynep Gürbener Şahin
Datum der Aktualisierung:	27.09.2023