

**STUDIENGANG KULTUR- UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTEN
MODULBESCHREIBUNG**

Details zum Modul					
Code				Studienjahr	Studiensemester
KKW307				3	5
Bezeichnung	T	U	L	ECTS	
Rezeptions- und Medienwirkungsforschung	3	-	-	6	
Sprache	Türkisch				
Studium	Bachelor	x	Master		Doktor
Studiengang	Kultur- und Kommunikationswissenschaften				
Lehr- und Lernformen	Präsenzlehre				
Modultyp	Pflichtfach	x	Wahlfach		
Lernziele	Die Lehrveranstaltung hat das Ziel, den Studierenden die Grundlagen der Medienrezeptions- und Medienwirkungsforschung zu vermitteln.				
Lerninhalte	In dieser Lehrveranstaltung werden zentrale Theorien, Ansätze und Methoden der Medienrezeptions- und Medienwirkungsforschung dargestellt, analysiert, diskutiert und angewendet. Hierbei gilt es zudem zu untersuchen, wie diese Theorien und Ansätze auf die sich im Zuge von Globalisierung und Digitalisierung wandelnden Mediensysteme angewendet werden können.				
Teilnahmevoraussetzungen	-				
Koordination	Dr. Gabriela OLARU				
Vortragende(r)	Dr. Gabriela OLARU				

Mitwirkende(r)	Wiss. Mit. Sefa PALA	
Praktikumsstatus	-	
Fachliteratur		
Bücher / Skripte	<p>Bilandzic, Helena/Schramm, Holger/Matthes, Jörg (2015). Medienrezeptionsforschung. Konstanz/München: UTB Verlag.</p> <p>Bonfadelli, Heinz/Friemel, Thomas N. (2017). Medienwirkungsforschung. Konstanz/München: UTB Verlag.</p> <p>Schenk, Michael (2007). Medienwirkungsforschung. Tübingen: Mohr Siebeck.</p> <p>Schweiger, Wolfgang (2007). Grundlagen der Mediennutzungsforschung. Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hrsg.) (2017). Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden: Springer VS.</p> <p>Trepte, Sabine/Hasebrink, Uwe/Schramm, Holger (Hrsg.) (2009): Strategische Kommunikation und Mediengestaltung – Anwendung und Erkenntnisse der Rezeptions- und Wirkungsforschung. Baden-Baden: Nomos Verlag</p> <p>Wünsch, Carsten/Schramm, Holger/Gehrau, Volker/Bilandzic, Helena (Hrsg.) (2014). Handbuch Medienrezeption. Baden- Baden: Nomos Verlag.</p>	
Weitere Quellen	Mangold, Roland/Vorderer, Peter/Bente, Gary (2004). Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen: Hogrefe.	
Lernmaterialien		
Dokumente		
Hausaufgaben		
Prüfungen		
Zusammensetzung des Moduls		
Sozialwissenschaften	50	50%

Fachwissen	50		50%
Bewertungssystem			
Aktivität	Anzahl	Gewichtung in Endnote(%)	
Zwischenprüfung	-	-	
Quiz	-	-	
Hausaufgaben	4	30	
Anwesenheit	14	10	
Übung	-	-	
Projekte	-	-	
Abschlussprüfung	1	60	
		Total	100
ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand			
Aktivität	Anzahl	Dauer	Gesamtaufwand (Stunden)
Vorlesungszeit	14	3	42
Selbststudium	14	4	56
Hausaufgaben	4	4	16
Präsentation / Seminarvorbereitung	1	14	14
Zwischenprüfungen	-	-	-
Übung	-	-	-
Labor	-	-	-
Projekte	-	-	-
Abschlussprüfung	1	40	40
Summe Arbeitsaufwand			168
ECTS Punkte (Gesamtaufwand / 28)			6

Lernergebnisse	
1	Aneignung von Wissen über Theorien und Methoden der Rezeptions- und Wirkungsforschung.
2	In der Lage sein, erste empirische Untersuchungen zu Mediennutzung und -wirkung durchzuführen.

Wöchentliche Themenverteilung	
1	Einführung in die Medienrezeptions- und Wirkungsforschung
2	Einführung in die Medienrezeption
3	Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung
4	Mediennutzungsforschung
5	Kulturelle und interkulturelle Dimension der Medienrezeption I
6	Kulturelle und interkulturelle Dimension der Medienrezeption II
7	Empirische Perspektiven der Rezeptionsforschung
8	Einführung in die Medienwirkung
9	Zwischenprüfung
10	Theoretische Ansätze der Medienwirkungsforschung
11	Wissenschaftstheoretische Grundlagen der Gratifikationsforschung I
12	Wissenschaftstheoretische Grundlagen der Gratifikationsforschung II
13	Präsentation der Empirischen Forschungsarbeiten und Diskussion I
14	Präsentation der Empirischen Forschungsarbeiten und Diskussion II
15	Zusammenfassende Diskussion, Evaluierung des Seminars

Beitrag der Lernergebnisse zu den Lernzielen des Programms (1-5)							
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
1	5	3	5	4	5		
2	5	3	5	4	5		
3	5	3	5	4	5		
4	5	3	5	4	5		

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

Erstellt von:	Wiss. Mit. Sefa PALA
Datum der Aktualisierung:	23.03.2021