

STUDIENGANG KULTUR-UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTEN  
MODULBESCHREIBUNG

Details zum Modul				
Code		Studienjahr		Studiensemester
KKW307		3		5
Bezeichnung		T	U	L
Rezeptions- und Medienwirkungsforschung		3	-	-
ECTS		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. Büşra Fadim Sarıkaya			
Vortragende(r)	Dr. Büşra Fadim Sarıkaya			
Mitwirkende(r)	-			
Praktikumsstatus	-			
Fachliteratur				

**STUDIENGANG KULTUR-UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTEN**  
**MODULBESCHREIBUNG**

<b>Bücher / Skripte</b>	<p>Bilandzic, Helena/Schramm, Holger/Matthes, Jörg (2015). Medienrezeptionsforschung. Konstanz/München: UTB Verlag.</p> <p>Bonfadelli, Heinz/Friemel, Thomas N. (2017). Medienwirkungs- forschung. Konstanz/München: UTB Verlag.</p> <p>Schenk, Michael (2007). Medienwirkungsforschung. Tübingen: Mohr Siebeck.</p> <p>Schweiger, Wolfgang (2007). Grundlagen der Mediennutzungs- forschung. 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>
--	---

<b>Weitere Quellen</b>	<p>Mangold, Roland/Vorderer, Peter/Bente, Gary (2004). Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen: Hogrefe.</p>
------------------------	--

**Lernmaterialien**

<b>Dokumente</b>	
------------------	--

<b>Hausaufgaben</b>	
---------------------	--

<b>Prüfungen</b>	
------------------	--

**Zusammensetzung des Moduls**

<b>Mathematik und Grundlagenwissenschaften</b>		%
<b>Ingenieurwesen</b>		%
<b>Konstruktionsdesign</b>		%
<b>Sozialwissenschaften</b>	50	%
<b>Erziehungswissenschaften</b>		%
<b>Naturwissenschaften</b>		%
<b>Gesundheitswissenschaften</b>		%

STUDIENGANG KULTUR-UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTEN  
MODULBESCHREIBUNG

Fachkenntnis	50	%
<b>Bewertungssystem</b>		
<b>Aktivität</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Gewichtung in Endnote (%)</b>
Zwischenprüfungen	-	-
Quiz	-	-
Hausaufgaben	4	30
Anwesenheit	14	10
Übung	-	-
Projekte	-	-
Abschlussprüfung	1	60
<b>Summe</b>		<b>100</b>

<b>ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand</b>			
<b>Aktivität</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Dauer</b>	<b>Gesamtaufwand (Stunden)</b>

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
<b>Summe Arbeitsaufwand</b>			<b>168</b>
<b>ECTS Punkte (Gesamtaufwand / Stunden)</b>			<b>6</b>

<b>Lernergebnisse</b>	
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.
3	
4	
5	
6	

**STUDIENGANG KULTUR-UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTEN**  
**MODULBESCHREIBUNG**

7	
8	
9	
10	
11	
12	

**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		
5							
6							
7							

**STUDIENGANG KULTUR-UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTEN**  
**MODULBESCHREIBUNG**

8							
9							
10							
11							
12							

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

<https://obs.tau.edu.tr/oibs/bologna/progLearnOutcomes.aspx?lang=tr&curSunit=209>

**Erstellt von:** Dr. Büşra Fadim Sarıkaya

**Datum der Aktualisierung:** 07.12.2023