



UNIVERSITÄT LEIPZIG

Institut für Kommunikations-
und Medienwissenschaft

Fakultät für Sozialwissenschaften
und Philosophie
Institut für Kommunikations- und
Medienwissenschaft
**Lehrstuhl für Strategische
Kommunikation**

16. Februar 2023

LEHRVERANSTALTUNG SOMMERSEMESTER 2023 BACHELOR KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENWISSENSCHAFT 2. FACHSEMESTER

06-005-1134 Qualitative und quantitative Forschungsmethoden der KMW
S Quantitative Datenerhebung

Von heißen Flirts und bösen Verführern – Befragungsstudie zur Rezeption von Dating-TV-Shows

Jeanne Link, M.A.

14-tägig, Mittwoch, 13:15 bis 17:00 Uhr, SG215
Beginn: 05. April 2023

Termine: 05.04 / 19.04. / 26.04./ 10.05. / 24.05./ 07.06./ 28.06./ 12.07.2022
Einreichtermin für Prüfungsleistungen: 11. August 2023.
Prüfer/-innen: Link/Brockhaus

Inhalt

Mit „Herzblatt“ findet die Suche nach der großen Liebe 1987 ihren Weg ins Fernsehen. Seitdem sind *Kuppel- und Datingshows* ein fester Bestandteil der deutschen Fernsehlandschaft. Heute finden Dating-Formate vor allem im sogenannten *Reality-TV* statt. Prominente und angehende TV-Sternchen suchen vor den Augen der Zuschauer eine/n Partner/-in und lösen dabei meist mehr oder weniger entwürdigende *Challenges*.

Insbesondere die Verlagerung des linearen TVs in die digitale Streaming-Landschaft hat diesen Formaten einen merklichen Aufschwung verliehen. Galt bis vor einigen Jahren vor allem „Der Bachelor“ als das Dating-Format schlechthin, werden heute Shows wie „Are you the one?“, „Love Island“ oder „Too hot to handle“ am laufenden Band produziert.

Verantwortlich für den Erfolg der Sendungen sind vor allem die Zuschauer/-innen. Etwa auf dem Streamingportal RTL+ stammen im Dezember 2022 acht der zehn meistgesehenen Sendungen aus dem genannten Genre (dwld.de). Doch was macht diese Shows so attraktiv? Warum schauen Menschen anderen Menschen beim Dating zu, und welche Beziehung entwickeln sie unter Umständen zu den Kandidat/-innen?

Inhaltlich adressiert das Seminar die Rezeption und Wirkung von Dating-TV-Shows. Die im Projektseminar konzipierten Befragungsstudien sollen das Rezeptionsverhalten von Zuschauer/-innen untersuchen.

Universität Leipzig
Institut für Kommunikations-
und Medienwissenschaft
Lehrstuhl für Strategische
Kommunikation
Nikolaistraße 27–29
D-04109 Leipzig

Telefon
+49 341 97-35816

E-Mail
jeanne.link@uni-leipzig.de

Web
www.communicationmanagement.de

Postfach intern
165153

Ablauf

Die Veranstaltung findet 14-tägig mittwochs von 13:00 bis 17:00 Uhr zu folgenden Terminen statt: 05.04 / 19.04. / 26.04./ 10.05. / 24.05./ 07.06./ 28.06./ 12.07.2023

Seminar- und Prüfungsleistung

Das Seminar umfasst 2SWS. Darin inbegriffen sind (a) vorbereitende Textlektüre, (b) Präsenz in den Seminarsitzungen mit aktiver Mitarbeit an Übungen und Diskussionen sowie (c) eigenständige Arbeitsphasen bei der Datenerhebung und -auswertung.

Als Prüfungsleistung sind (1) eine schriftliche Kurzdokumentation der Operationalisierung mit Darstellung und Begründung des Erhebungsinstruments und der Stichprobenkonstruktion sowie (2) eine Dokumentation der erhobenen Daten (z.B. jamovi-Datensatz oder Excel-Tabelle) einzureichen.

Die schriftliche Kurzdokumentation soll bei einer Einzelleistung 4 Seiten Fließtext und bei einer Gruppenleistung 10 Seiten Fließtext umfassen (jeweils zzgl. Anhänge).

Die Abgabe der Prüfungsleistung erfolgt bis spätestens 11.08.2023.

Kontakt

Hinweise zur Sprechstunde und zu den Kontaktdaten von Jeanne Link sind unter www.communicationmanagement.de verfügbar.