



UNIVERSITÄT
LEIPZIG

Institut für Kommunikations-
und Medienwissenschaft

Universität Leipzig, IfKMW, IPF 165153 | Ritterstraße 24 | 04109 Leipzig

Fakultät für Sozialwissenschaften
und Philosophie
Institut für Kommunikations- und
Medienwissenschaft
**Lehrbereich Communication
Management**

Univ.-Prof. Dr. Ansgar Zerfaß
Univ.-Prof. Dr. Christian P. Hoffmann
Univ.-Prof. Dr. Alexander H. Godulla
Prof. Dr. Cornelia Wolf

9. August 2019

LEHRVERANSTALTUNG WS 2019 / 2020

(S) Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken

MASTER COMMUNICATION MANAGEMENT MODUL 06-005-1004-1

Dozent: Ulf Merkel (M.A.)

Ort, Datum, Uhrzeit: Hörsaal 16 (Hörsaalgebäude), 23.10.2019, 11-13 Uhr

Beginn: 23.10.2019

Thematik

Konzeption und Durchführung von quantitativen Befragungsstudien zum Thema „Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken“.

Methodik

Im Seminar konzipieren die Studierenden in Kleingruppen quantitative Befragungsstudien zum Thema „Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken“ und führen diese durch. Dazu wird zunächst ein grundlegendes Verständnis des komplexen Phänomens und seiner Teilaspekte erarbeitet, um anschließend mögliche Forschungsvorhaben im Seminar zu entwickeln. Das Seminar knüpft dabei an die methodischen Kenntnisse der Studierenden an. Diese werden im Seminar stetig erweitert und durch die eigenständige Anwendung nachhaltig vertieft.

Universität Leipzig
Institut für Kommunikations-
und Medienwissenschaft
Lehrstuhl für Strategische
Kommunikation

Büro
Nikolaistraße 27–29
D-04109 Leipzig

Post
Ritterstraße 24, IPF 16153
D-04109 Leipzig

Telefon
+49 341 97-35040

Fax
+49 341 97-35049

E-Mail
stratkomm@uni-leipzig.de

Web
www.communicationmanagement.de

Einordnung und Leistungsnachweis/Prüfungsvorleistung

Das Seminar ist Teil des Moduls 06-005-1004-1. Im Seminar kann eine der zwei im Modul geforderten Prüfungsleistungen abgelegt werden. Als Prüfungsvorleistung müssen die Studierenden an der Konzeption und Durchführung einer Befragungsstudie aktiv mitwirken und die Ergebnisse im Seminar präsentieren. Die Prüfungsleistung im Seminar kann in Form eines Projektberichts als Einzel- oder Gruppenleistung (2-4 Personen) abgelegt werden. In diesem soll das Vorgehen bei der Konzeption und Durchführung der Befragungsstudie beschrieben werden. Dabei ist die eigenständige Leistung während der Projektphase zu kennzeichnen und eine eigenständige Hypothese auszuwerten. Der Projektbericht muss zuletzt auch eine Reflexion der angewandten Methode sowie der Ergebnisse beinhalten.

Zeitplan und Themen

- 16.10. (vorlesungsfrei, Immatrikulationsfeier)
- 23.10. Organisatorisches, Gruppeneinteilung, Einführung in das Thema
- 30.10. Theoretischer Hintergrund: Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken
- 06.11. Entwicklung von Forschungsfragen (Studierende: Forschungsleitende Fragestellungen festlegen; Definition zentraler Begriffe)
- 13.11. Fragebogenkonstruktion I: Grundlagen der Befragung (Studierende: Hypothesen entwickeln)
- 20.11. (frei, Buß- und Betttag)
- 27.11. Fragebogenkonstruktion II (Studierende: Operationalisierung AV und UV, Stichprobenauswahl und -akquise festlegen)
- 04.12. Fragebogenkonstruktion III, Gestaltung (Studierende: Fragebogen fertigstellen)
- 11.12. Pretest
- 18.12. Vorbereitung Feldphase (Studierende: Auswertung Pretest / Fragebogen überarbeiten; Datenerhebung)
- 25.12. (frei, Jahreswechsel)
- 01.01. (frei, Jahreswechsel)
- 08.01. Auswertung I: Grundlagen für quantitative Befragungsstudien
- 15.01. Auswertung II: Entwicklung von Auswertungsmöglichkeiten für die Befragungsstudien
- 22.01. Präsentation der Ergebnisse
- 29.01. Präsentation der Ergebnisse
- 05.02. Reflexion der Befragungsstudien in Hinsicht auf das methodische Vorgehen und die Ergebnisse, Klärung evtl. Fragen zum Projektbericht, Resümee und Seminarfeedback

Kontakt

ulf.merkel@uni-leipzig.de

Literatur

Befragung:

Brosius, H.-B., Haas, A. & Koschel, F. (2012). Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung (6. überarbeitete und erweiterte Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Rössler, P. (2011). Skalenhandbuch Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Möhring, W., & Schlütz, D. (2010). Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung. Reihe: Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft. (2. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schnell, R. (2012). Survey-Interviews. Methoden standardisierter Befragungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Scholl, A. (2015). Die Befragung: Sozialwissenschaftliche Methode und kommunikationswissenschaftliche Anwendung. (3. Auflage). Konstanz: UTB.

Allgemeine Überblicks- und Nachschlagewerke:

Döring, N., & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. (5. Aufl.). Berlin-Heidelberg: Springer.

Scheufele, B., & Engelmann, I. (2009). Empirische Kommunikationsforschung. Konstanz: UVK.

Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken:

Cunningham, C. M. (2014). Social Networking and Impression Management: Self-Presentation in the Digital Age.

Döring, N. (2003). Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen: Hogrefe.