

## KKW307 ALIMLAMA VE MEDYA ETKİLERİ ARAŞTIRMALARI

| Dersin Adı                               | Dersin Kodu | Dersin Yarıyılı |
|--|-------------|-----------------|
| Alımlama ve Medya Etkileri Araştırmaları | KKW307      | 5               |

| AKTS | Ders (saat/hafta) | Uygulama (saat/hafta) | Laboratuvar (saat/hafta) |
|------|-------------------|-----------------------|--------------------------|
| 6    | 3                 | –                     | –                        |

|                    |                                    |                            |  |
|--------------------|------------------------------------|----------------------------|--|
| Dersin Dili        | Almanca                            |                            |  |
| Dersin Seviyesi    | Lisans                             |                            |  |
| Dersin Türü        | <b>Zorunlu</b><br>x                | <b>Seçimlik</b><br>–       |  |
| Dersin Sunum Şekli | <b>Yüz Yüze</b><br>x               | <b>Uzaktan Eğitim</b><br>– |  |
| Dersi Veren(ler)   | Dr. Öğr. Üyesi Aynur Sarısakaloğlu |                            |  |

|                |  |
|----------------|--|
| Dersin Amacı   | Bu dersin amacı, öğrencilere alımlama ve medya etkileri araştırmalarının temel ilkelerini öğretmektir.   |
| Dersin İçeriği | Bu derste, alımlama ve medya etkileri araştırmalarının temel kuramları, yaklaşımları ve yöntemleri anlatılmakta, analiz edilmekte ve uygulanmaktadır. Bu bağlamda, alımlama ve medya etkileri kuram ve yaklaşımlarının küreselleşme ve dijitalleşme çerçevesinde değişen medya sistemlerine nasıl uygulanabileceğini incelemektedir. |

| Dersin Öğrenme Çıktıları |  |
|--------------------------|--|
| 1                        | Alımlama ve medya etkileri araştırmalarının kuramları ve yöntemleri hakkında bilgi edinmek.                    |
| 2                        | Alımlama ve medya etkileri konusunda bilimsel araştırmanın yapısını ve sürecini bilmek ve uygulamaya geçirmek. |

|           |   |
|-----------|---|
| Literatür | Bilandzic, Helena/Schramm, Holger/Matthes, Jörg (2015). Medienrezeptionsforschung. Konstanz/München: UTB Verlag.<br>Bonfadelli, Heinz/Friemel, Thomas N. (2017). Medienwirkungsforschung. Konstanz/München: UTB Verlag.<br>Schenk, Michael (2007). Medienwirkungsforschung. Tübingen: Mohr Siebeck.<br>Schweiger, Wolfgang (2007). Grundlagen der Mediennutzungsforschung. Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.<br>Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hrsg.) (2017). Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden: Springer VS. |
|-----------|---|

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