

**“ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA ARAŞTIRMALARI” PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU**

Dersin Ayrıntıları				
Dersin Kodu	Sınıfı			Yarıyılı
ICMR109	2021-2022			1
Dersin Adı	T	U	L	AKTS
Medya Alımlama ve Etkileri Araştırmasında Güncel Yaklaşımlar	5	0	0	5
Dersin Dili	İngilizce			
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans	x	Doktora	
Anabilim Dalı/Programı	Uluslararası İletişim ve Medya Araştırmaları			
Eğitim Türü	Örgün Eğitim (%60), Uzaktan Eğitim (%40)			
Dersin Türü	Zorunlu	x	Seçmeli	
Dersin Amacı	Uluslararası ve dijitalleştirilmiş bir bağlamda alımlama ve etki araştırmaları alanındaki bilgi ve beceriler, iletişim bilimi veya ekonomi alanında profesyonel bir kariyer için bir zorunluluktur. Geleceğin akademisyenleri, ayrıntılı teorik çerçeveler uygulayarak medya tüketiminden kaynaklanan toplumsal gelişmeleri anlamalı ve böylece medya ortamının bilimsel bir anlayışına katkıda bulunmalıdır.			
Dersin İçeriği	Ders, dijital medya alımlaması ve dijital stres, algoritmik iletişim, filtre baloncukları, medya güveni, sahte haberler ve dijital çağdaki yanlış bilgiler veya çevresel iletişim gibi etki araştırmaları bağlamındaki güncel gelişmelere odaklanır (konular, mevcut toplumdaki gelişmelere bağlı olarak değişebilir). Tüm yaklaşımlar, sosyal veya politik ilgili sorunlara odaklanır. Literatür çalışmasına dayalı olarak, seminer (dijital) medya alımı ve efekt araştırması teorilerini ve yöntemlerini öğretir. Bunlar literatür incelemeleri, tartışmalar, sunumlar, yaratıcı görevler veya araştırma taslakları gibi çeşitli biçimlerde tartışılır, yansıtılır ve uygulanır.			
Ön Koşulları	Bu ders, medya alımlama ve efekt araştırmaları alanında temel bir anlayış gerektirir. Ampirik yöntemlerdeki temel bilgiler yararlıdır.			
Dersin Koordinatörü	–			
Dersi Veren(ler)	Dr. Christina Schumann			
Dersin Yardımcılar(ı)	Sefa Pala M.A.			
Dersin Staj Durumu	–			
Ders Kaynakları				
Ders Notu	Hefner, D., & Vorderer, P. (2018). Digital stress: Permanent connectedness and multitasking. In L. Reinecke & M. B. Oliver (Eds.), <i>The Routledge handbook of media use and well-being: International perspectives on theory and research on positive media effects</i> (pp. 237–249). New York, London: Routledge. Rainie, L. & Anderson, J. (2017). <i>Code-Dependent: Pros and Cons of the Algorithm Age</i> . Pew Research Center. Numbers, Facts and Trends Shaping The World. http://www.pewinternet.org/2017/02/08/code-dependent-pros-and-cons-of-the-algorithm-age Bozdag, E., & van den Hoven, J. (2015). Breaking the filter bubble: Democracy and design. <i>Ethics and Information Technology</i> , 17(4), 249–265. https://doi.org/10.1007/s10676-015-9380-y			

**“ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA ARAŞTIRMALARI” PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU**

	<p>Hancock, J. T., Naaman, M. & Levy, K. (2020). AI-Mediated Communication: Definition, Research Agenda, and Ethical Considerations. <i>Journal of Computer-Mediated Communication</i>, 25(1), 89–100. https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz022</p> <p>Tsfati, Y. (2010). Online News Exposure and Trust in the Mainstream Media: Exploring Possible Associations. <i>American Behavioral Scientist</i>, 54(1), 22–42. https://doi.org/10.1177/0002764210376309</p> <p>Ognyanova, K. (2019). The Social Context of Media Trust: A Network Influence Model. <i>Journal of Communication</i>, 69(5), 539–562. https://doi.org/10.1093/joc/jqz031</p> <p>Lewandowsky, S., Ecker, U., Seifert, C., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing. <i>Psychological Science in the Public Interest</i> 13(3), 106 –131. https://doi.org/10.1177/1529100612451018</p> <p>Spohr, D. (2017). Fake news and ideological polarization. <i>Business Information Review</i>, 34(3), 150–160. https://doi.org/10.1177/0266382117722446</p> <p>Feldman, L., & Hart, P. S. (2018). Broadening exposure to climate change news? How framing and political orientation interact to influence selective exposure. <i>Journal of Communication</i>, 68(3), 503–524. https://doi.org/10.1093/joc/jqy011</p> <p>Becker, A., & Anderson, A. A. (2019). Using humor to engage the public on climate change: The effect of exposure to one-sided vs. two-sided satire on message discounting, elaboration and counterarguing. <i>Journal of Science Communication</i>, 18(4) https://doi.org/10.22323/2.18040207</p>	
Diğer Kaynaklar	–	
Materyal Paylaşımı		
Dokümanlar	–	
Ödevler	–	
Sınavlar	–	
Dersin Yapısı		
Sosyal Bilimler		%100
Fen Bilimleri		%
Mühendislik Bilimleri		%
Alan Bilgisi		%
Değerlendirme Sistemi		
	Sayısı	Katkı Oranı (%)
Ara Sınav		
Kısa Sınav		
Ödev	5	5
Devam	14	5
Uygulama	1	10
Proje	1	30

“ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA ARAŞTIRMALARI” PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU

Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50	
Toplam		100	
AKTS İş Yüğü Dağılımı Tablosu			
	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü (Saat)
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	14	1	14
Ödevler	5	3	15
Sunum/Seminer Hazırlama			
Ara Sınavlar			
Uygulama	1	20	20
Laboratuvar			
Proje	1	30	30
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50	45
Toplam İş Yüğü			150
AKTS Kredisi (Toplam İş Yüğü / 30)			5
Dersin Öğrenim Çıktıları			
1	Dersin katılımıyla öğrenciler medya içeriği, medya alımı ve medya etkileri araştırmalarındaki son yaklaşımları ve teorileri anlar, uygular ve karşılaştırır.		
2	Ağırlıklı olarak ampirik araştırma makaleleri olmak üzere güncel yayınlardan elde edilen gelişmeleri ve ampirik sonuçları ilişkilendirir ve değerlendirirler.		
3	Öğrenciler, medya ve iletişim pratiği ve iletişim bilimindeki gerçek sorunları belirlemek ve çözmek için mevcut araştırmaların teorilerini ve sonuçlarını uygular. Varsayımları formüle eder ve çözümleri ana hatlarıyla belirtirler.		
4	Öğrenciler, farklı yaklaşım, teori ve yöntemlerin avantaj ve dezavantajlarını tanır, birbirlerine karşı ağırlıklandırır ve değerlendirir. Öğrenciler, bilimsel veya pratik amaçlar için çeşitli yaklaşımların uygulanabilirliğini doğru bir şekilde değerlendirir.		
Ders Konuları			
1	Giriş		
2	Dijital Stres I		
3	Dijital Stres II		
4	Algoritmik İletişim I		
5	Algoritmik İletişim I		
6	Algoritmik İletişim III		
7	Medya Güven(sizliği)i I		
8	Medya Güven(sizliği)i II		
9	Dijital Çağda Yalan Haber ve Dezenformasyon I		

**“ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA ARAŞTIRMALARI” PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU**

10	Dijital Çağda Yalan Haber ve Dezenformasyon II
11	Dijital Çağda Yalan Haber ve Dezenformasyon III
12	Çevresel İletişim I
13	Çevresel İletişim II
14	Kapanış oturumu: Dönem ödevi ve ders değerlendirmesi hakkında bilgi

Dersin Program Çıktılarına Katkısı (1-5)

	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	5	1	4	4	5	3
2	5	2	5	3	5	4
3	4	1	5	3	4	4
4	5	1	3	4	5	5

Katkı Oranı: 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek

Hazırlayan:	Dr. Christina Schumann
Güncelleme Tarihi:	20. 06. 2021

Program Çıktıları

P1	Mezunlar, iletişim ve medya çalışmaları alanlarında derin teorik ve metodolojik bilgiye sahip olurlar.
P2	Yüksek Lisans programı mezunları, iletişim ve medya alanında niteliksel ve niceliksel deneysel araştırmaları bağımsız olarak planlamak, yürütmek, değerlendirmek ve raporlamak için yetkinlik kazanırlar.
P3	Mezunlar, sosyal olarak ilgili araştırma sorularını formüle etmek, işlemek ve medya iletişim süreçlerini eleştirel olarak analiz etmek için iletişim ve medya çalışmaları alanında edinilen temel kavramları, teorileri ve yöntemlerini başarıyla kullanma becerisine sahip olurlar.
P4	Yüksek Lisans programı, mezunların disiplinlerarası yaklaşımlar da dahil olmak üzere çeşitli alanlarındaki sorunlar üzerinde uluslararası uyumlu bir düzeyde çalışabilmelerini sağlar.
P5	Mezunlar, medya iletişiminin uluslararası ve kültürlerarası alanlarının yanı sıra, iletişim ve medya araştırmalarındaki son eğilimleri kavrayabilir ve yansıtabilir.
P6	Yüksek Lisans programı, mezunlarına akademik çalışma ve uygulama alanında yetkinlik kazandırır.