

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

Dersin Ayrıntıları				
Dersin Kodu	Sınıfı			Yarıyılı
ICMR109	2023-2024			1
Dersin Adı	T	U	L	AKTS
Medya Alımlama ve Etkileri Araştırmasında Güncel Yaklaşımlar	2	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 dijitalleşmiş bir bağlamda alımlama ve etki araştırmaları alanındaki bilgi ve beceriler, iletişim bilimi veya ekonomi alanında profesyonel bir kariyer için bir gerekliliktir. Geleceğin akademisyenleri, medya tüketiminden kaynaklanan toplumsal gelişmeleri ayrıntılı teorik çerçeveler uygulayarak kavramalı ve böylece medya ortamının bilimsel olarak anlaşılmasına katkıda bulunmalıdır.			
Dersin İçeriği	Seminer, sosyal medyaya odaklanarak dijital medya alımlama ve etki araştırmaları bağlamındaki güncel gelişmelere odaklanmaktadır. Tartışılan konular arasında sosyal medya kullanım güdülere, sosyal medya ve mahremiyet düzenlemesi, sosyal medyada benlik sunumu ve sosyal medya ve refah yer almaktadır. Tüm konular, günümüz sosyal medya kullanıcılarının günlük ve sosyal yaşamlarıyla son derece ilgili olan sosyal medya araştırmalarındaki son gelişmeleri ele almaktadır. Seminer, literatür çalışmalarına dayanarak, (dijital) medya alımlama ve etki araştırmalarının teori ve yöntemlerini öğretir. Bunlar tartışmalar, sunumlar, literatür incelemeleri ve yaratıcı görevler gibi çeşitli şekillerde tartışılır, yansıtılır ve uygulanır.			
Ön Koşulları	Bu ders, medya alımlaması ve etkileri araştırması alanında temel bir anlayış gerektirir. Ampirik yöntemler konusunda temel bilgi yardımcı olacaktır.			
Dersin Koordinatörü	-			
Dersi Veren(ler)	Dr. Arne Freya Zillich			
Dersin Yardımcılar(ı)	-			
Dersin Staj Durumu	-			
Ders Kaynakları				

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

<b>Ders Notu</b>	<p>Alhabash, S., &amp; Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? <i>Social Media + Society</i>, 3(1). <a href="https://doi.org/10.1177/2056305117691544">https://doi.org/10.1177/2056305117691544</a></p> <p>Neubaum, G., Metzger, M., Krämer, N., &amp; Kyewski, E. (2023). How Subjective Norms Relate to Personal Privacy Regulation in Social Media: A Cross-National Approach. <i>Social Media + Society</i>, 9(3). <a href="https://doi.org/10.1177/20563051231182365">https://doi.org/10.1177/20563051231182365</a></p> <p>Gorea, M. (2021). Becoming Your “Authentic” Self: How Social Media Influences Youth’s Visual Transitions. <i>Social Media + Society</i>, 7(3). <a href="https://doi.org/10.1177/20563051211047875">https://doi.org/10.1177/20563051211047875</a></p> <p>Nabi, R. L., Wolfers, L., &amp; King, J. (2023). Social Media Use and Patterns of Emotional Experience. A Consideration of Anxiety, Depressions, and Hope. In R. Nabi, J. G. Myrick: <i>Emotions in the Digital World: Exploring Affective Experience and Expression in Online Interactions</i> (pp. 155–173). Oxford University Press.</p> <p>Siddaway, A. P., Wood, A. M., Hedges, L., V. (2019). How to Do a Systematic Review: A Best Practice Guide for Conducting and Reporting Narrative Reviews, Meta-Analyses, and Meta-Syntheses. <i>Annual Review of Psychology</i>, 70, 747–770. <a href="https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010418-102803">https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010418-102803</a></p>	
<b>Diğer Kaynaklar</b>	–	
<b>Materyal Paylaşımı</b>		
<b>Dokümanlar</b>	–	
<b>Ödevler</b>	–	
<b>Sınavlar</b>	–	
<b>Dersin Yapısı</b>		
<b>Sosyal Bilimler</b>		%100
<b>Fen Bilimleri</b>		%
<b>Mühendislik Bilimleri</b>		%
<b>Alan Bilgisi</b>		%
<b>Değerlendirme Sistemi</b>		
	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı Oranı (%)</b>
<b>Ara Sınav</b>		
<b>Kısa Sınav</b>		
<b>Ödev</b>	9	0
<b>Devam</b>	14	0
<b>Uygulama</b>	1	20
<b>Proje</b>	1	20

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

Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60	
<b>Toplam</b>		<b>100</b>	
<b>AKTS İş Yüğü Dağılımı Tablosu</b>			
	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi</b>	<b>Toplam İş Yüğü (Saat)</b>
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	14	1	14
Ödevler	9	2	18
Sunum/Seminer Hazırlama			
Ara Sınavlar			
Uygulama	1	10	10
Laboratuvar			
Proje	1	30	30
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50	
<b>Toplam İş Yüğü</b>			<b>150</b>
<b>AKTS Kredisi (Toplam İş Yüğü / 30)</b>			<b>5</b>
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>			
1	Öğrenciler medya alımlaması ve medya etkileri araştırmalarındaki yeni yaklaşımları ve teorileri tanımlamayı, açıklamayı, değerlendirmeyi ve karşılaştırmayı öğrenirler.		
2	Öğrenciler, bilimsel yayınlardaki temel kuramsal varsayımları, uygulanan yöntemleri ve önemli bulguları tanımlamayı, yorumlamayı ve sınıflandırmayı öğrenirler.		
3	Öğrenciler, araştırmaların mevcut durumunu sistematik olarak yapılandırmayı ve analiz etmeyi ve araştırma boşluklarını çıkarmayı öğrenirler. Bilimsel ve pratik amaçlar için çeşitli yaklaşımların uygulanabilirliğini değerlendirmeyi öğrenirler.		
4	Öğrenciler, medya ve iletişim pratiğindeki gerçek sorunları belirlemek ve olası çözümler geliştirmek için teorileri ve ampirik araştırma sonuçlarını uygulamayı öğrenirler.		
<b>Ders Konuları</b>			
1	Derse giriş		
2	Sosyal Medya Kullanım Nedenleri		
3	Sosyal Medya Kullanım Nedenleri		
4	Sosyal Medyada Gizlilik Düzenlemesi		
5	Sosyal Medyada Gizlilik Düzenlemesi		
6	Sosyal Medyada Benlik Sunumu		
7	Sosyal Medyada Benlik Sunumu		

**"ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA ARAŞTIRMALARI" PROGRAMI  
DERS BİLGİ FORMU**

8	Sosyal Medya ve Refah
9	Sosyal Medya ve Refah
10	Sistematik bir literatür taraması nasıl yapılır?
11	Sistematik bir literatür taraması nasıl yapılır?
12	Sosyal medya kampanyası planlama
13	Bir sosyal medya kampanyası planlama
14	Kapanış oturumu: Dönem ödevi ve ders değerlendirmesi hakkında bilgilendirme

**Dersin Program Çıktılarına Katkısı (1-5)**

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

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

<https://obs.tau.edu.tr/oibs/bologna/progOfficials.aspx?lang=tr&curSunit=6028>

<b>Hazırlayan:</b>	Arş. Gör. H. Zeynep Gürbener Şahin
<b>Güncelleme Tarihi:</b>	27.09.2023

**Program Objectives**

<b>P1</b>	Mezunlar, İletişim ve Medya Çalışmaları alanında derin teorik ve metodolojik bilgiye sahiptir.
<b>P2</b>	Yüksek lisans programı, mezunlara İletişim ve Medya alanında bağımsız olarak nitel ve nicel ampirik araştırma planlama, yürütme, değerlendirme ve raporlama yeterlilikleri kazandırır.
<b>P3</b>	Mezunlar, İletişim ve Medya Çalışmaları alanında edindikleri temel kavram, kuram ve yöntemleri, sosyal içerikli araştırma sorularını formüle etmek ve işlemek ve medya iletişim süreçlerini eleştirel bir şekilde analiz etmek için başarıyla kullanma becerisine sahiptir.
<b>P4</b>	Yüksek lisans programı, mezunların disiplinler arası yaklaşımlar da dahil olmak üzere kendi konu alanları kapsamındaki sorunlar üzerinde uluslararası düzeyde uyumlu bir şekilde çalışabilmelerini sağlar.
<b>P5</b>	Mezunlar, medya iletişiminin uluslararası ve kültürlerarası yönlerinin yanı sıra iletişim ve medya araştırmalarındaki son eğilimleri kavrayabilir ve yansıtabilirler.
<b>P6</b>	Yüksek lisans programı, mezunları akademik çalışma ve uygulama odaklı araştırmalar için nitelikli hale getirmektedir.