

KÜLTÜR VE İLETİŞİM BİLİMLERİ BÖLÜMÜ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Ayrıntıları				
Dersin Kodu	Sınıfı			Yarıyılı
KKW307	3			5
Dersin Adı	T	U	L	AKTS
Alımlama ve Medya Etkileri Araştırmaları	3	-	-	6
Dersin Dili	Almanca			
Dersin Düzeyi	Lisans	x	Yüksek Lisans	Doktora
Bölümü/Programı	Kültür ve İletişim Bilimleri			
Eğitim Türü	Yüz Yüze			
Dersin Türü	Zorunlu	x	Seçmeli	
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.			
Ön Koşulları	-			
Dersin Koordinatörü	Dr. Öğr. Üyesi Büşra Fadim Sarıkaya			
Dersi Verenler	Dr. Öğr. Üyesi Büşra Fadim Sarıkaya			

Dersin Yardımcıları	Arş. Gör. Hatice Zeynep Gürbener Şahin	
Dersin Staj Durumu	-	
Ders Kaynakları		
Ders Notu	<p>Bilandzic, Helena/Schramm, Holger/Matthes, Jörg (2015). Medienrezeptionsforschung. Konstanz/München: UTB Verlag.</p> <p>Bonfadelli, Heinz/Friemel, Thomas N. (2017). Medienwirkungs- forschung. Konstanz/München: UTB Verlag.</p> <p>Schenk, Michael (2007). Medienwirkungsforschung. Tübingen: Mohr Siebeck.</p> <p>Schweiger, Wolfgang (2007). Grundlagen der Mediennutzungs- forschung. Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hrsg.) (2017). Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden: Springer VS.</p> <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>	
Diğer Kaynaklar	Mangold, Roland/Vorderer, Peter/Bente, Gary (2004). Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen: Hogrefe.	
Materyal Paylaşımı		
Dökümanlar		
Ödevler		
Sınavlar		
Dersin Yapısı		
Sosyal Bilimler	50	%50

Alan Bilgisi	50	%50	
Değerlendirme Sistemi			
	Sayısı	Katkı Oranı (%)	
Ara Sınav	-	-	
Kısa Sınav	-	-	
Ödev	4	30	
Devam	14	10	
Uygulama	-	-	
Proje	-	-	
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60	
Toplam		100	
AKTS İş Yüğü Dağılımı Tablosu			
	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü(Saat)
Ders Süresi	14	3	42
Sınıf Dışı Ç. Süresi	14	4	56
Ödevler	4	4	16
Sunum/Seminer Hazırlama	1	14	14
Ara Sınavlar	-	-	-
Uygulama	-	-	-
Laboratuvar	-	-	-
Proje	-	-	-
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	40	40
Toplam İş Yüğü			168
AKTS Kredisi (Toplam İş Yüğü / 28)			6

Dersin Öğrenim 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.

Ders Konuları

1	Medya alımlama ve etki araştırmasına giriş
2	Medya alımlamasına giriş
3	Alımlama araştırmasının teorik perspektifleri
4	Medya kullanım araştırması
5	Medya alımlamasının kültürel ve kültürlerarası boyutu I
6	Medya alımının kültürel ve kültürlerarası boyutu II
7	Kabul Araştırmasında Ampirik Perspektifler
8	Medya efektlerine giriş
9	Vize
10	Medya etki araştırmalarına teorik yaklaşımlar
11	Armağan araştırmasının bilimsel teorik temelleri I
12	Memnuniyet araştırmasının bilimsel teorik temelleri II
13	Ampirik araştırma sunumu ve tartışma I
14	Ampirik araştırma sunumu ve tartışma II
15	Özet tartışma, seminerin değerlendirilmesi

Dersin Program Çıktılarına katkısı (1-5)

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
1	5	3	5	4	5		
2	5	3	5	4	5		
3	5	3	5	4	5		
4	5	3	5	4	5		

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

Hazırlayan:	Dr. Öğr. Üyesi Büşra Fadim Sarıkaya
Güncelleme Tarihi:	30.08.2022