

Ders Adı: Alımlama ve Medya Etkileri Araştırmaları			
Bölüm: Kültür ve İletişim Bilimleri			
1	Ders Kodu: KKW307	Dersin Türü: Teori	Dil: Almanca
2	Yarıyıl 5	AKTS 6	İş Yüğü 4
3	Ders İçerikleri: 3.1. Arka Plan ve Diğer Modüllerle İlişki: Bu modül, "Medya ve Kültürle Arasılık" temasının işlendiği yarıyıla aittir. Bu ders, İletişim Biliminin ana konularına ilişkin teorik ve metodik temelleri vermektedir. Derste öğrencilerin, ikinci yarıyıldan edindikleri bilgilerini sağlamlaştırması ve derinleştirmeleri öngörülmektedir. Bu çerçevede iletişim biliminin kaynak araştırması, medya içerik araştırması, medya kullanım ve alımlama araştırması ve medya etki araştırmalarına odaklanılacaktır. 3.2. İçerik: Bu modül, İletişim Biliminin araştırma alanlarına ilişkin temel bilgilerin verilmesini amaçlamaktadır. Derste, medya etki araştırmalarının temel ve geleneksel yaklaşımları, kuram ve metodik gelişimi anlatılmakta ve tartışılmaktadır. Bu çerçevede selektif algılama, suskunluk sarmalı, gündem oluşturma ve realite tasarımı belirtilebilir. Özellikle de medya gelişiminin güncel eğilimlerine ve alanın kuram ve modellerine odaklanılmaktadır.		
4	Kazanılan Nitelikler: 4.1. Mesleki Nitelikler: Dersin sonunda öğrencilerin İletişim Biliminin alt disiplini medya etki araştırmalarına ilişkin kuramsal ve metodik tasarımın temellerini bilmeleri amaçlanmaktadır. Öğrencilerin geleneksel ve yeni yaklaşımları interdisipliner olarak konumlandırmaları öngörülmektedir. Öğrencilerin kuram ve ampirik araştırma temelinde medya ve etki araştırmalarına ilişkin soru sorma, soruları yanıtlama, değerlendirme ve medya etkisine ilişkin ifadeleri eleştirme yetkinliklerinin geliştirilmesi hedeflenmektedir. Temel alan kavramlarını ve ampirik araştırmanın temellerini öğrenecekler, medya etki araştırmalarına yöneleceklerdir. Diğer bilgileri artık kendilerinin alan literatüründen edinmeleri mümkün olacaktır. 4.2. Genel Nitelikler: Öğrenciler, kültürel, ekonomik ve politik alanlara ilişkin güncel gelişmeleri medya etkisi araştırmaları yaklaşımları temelinden analiz etme yetkinliğine sahip olacaklardır.		
5	Kaynakça: Heinz Pürer, Publizistik-und Kommunikationswissenschaft. UTB GmbH, Stuttgart, 2014. Michael Schenk: Medienwirkungsforschung. Tübingen, 2007. Heinz Bonfadelli, Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und Theoretische Perspektiven. Konstanz, 2004.		