

## İçerik

| Ders Kodu | Dersin Adı       | Yarıyıl | Teori | Uygulama | Lab | Kredisi | AKTS |
|-----------|------------------|---------|-------|----------|-----|---------|------|
| COM366    | Siyasal İletişim | 6       | 2     | 0        | 0   | 2       | 5    |

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Ön Koşul              |  |
| Derse Kabul Koşulları |  |

|               |  |
|---------------|--|
| Dersin Dili   | Fransızca  |
| Türü          | Zorunlu  |
| Dersin Düzeyi | Lisans   |
| Dersin Amacı  | Bu dersin amacı öğrencilerin farklı yaklaşımlarla siyaset iletişim kavramını, stratejisini, sürecini ve aşamalarını öğrenmelerine; bir kampanya sürecini analiz edebilmelerine ve siyasetteki yerine, önemine, seçmenler ve seçim sonuçları açısından etkilerini değerlendirebilmelerine olanak sağlayacak bilgi birikimini kazandırmaktır.  |
| İçerik        | <ol style="list-style-type: none"><li>1. hafta: Tanışma ve dersin genel çerçevesinin sunumu</li><li>2. hafta: Temel kavramlar ve tanımlar</li><li>3. hafta: Siyasal iletişimin farklı boyutları ve teorik yaklaşımlar</li><li>4. hafta: İletişim ve siyaset: Anahtar kavramlar<ul style="list-style-type: none"><li>-kamusal alan</li><li>-kamuoyu</li><li>-siyasal aktörler</li><li>-siyasal toplumsallaşma</li><li>-siyasal kültür</li></ul></li><li>5. hafta: Siyasetin "medyatikleşmesi" ve sonuçları</li><li>6. hafta: Kamuoyu araştırmaları ve siyasette kullanımı</li><li>7. hafta: Vize sınavı</li><li>8. hafta: Siyasal iletişimde medyanın konumuna ilişkin kuramsal yaklaşımlar ve modeller</li><li>9. hafta: Suskunluk sarmalı, Gündem belirleme</li><li>2. aşama gündem belirleme (çerçeveleme, öne çıkartma, gündemden düşürme</li><li>10. hafta: Siyasal kampanya süreci ve aşamaları</li><li>11. hafta: Siyasal reklam</li><li>12. hafta: Ulusal ve uluslararası kampanya örneklerinin değerlendirilmesi</li><li>13. hafta: Siyasal iletişim alanına eleştirel yaklaşımlar</li><li>14. hafta: Uzman konuk ile tartışma</li></ol> |

|           |  |
|-----------|--|
| Kaynaklar | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ders notları</li> <li>- Pierre Bourdieu, L'Opinion Publique N'Existe Pas, Questions de Sociologie, Paris : Editions de minuit, 1985, 222-235.</li> <li>- Eser Köker, Politikanın İletişimi İletişimin Politikası, Ankara: Vadi yay., 1998</li> <li>- Sevda Alankuş (Der.), Medya ve Toplum, Habercinin El Kitabı Dizisi: 1, İstanbul: BİA yay., 2003</li> <li>- Elisabeth Noelle-Neumann, Kamuoyu. Suskunluk Sarmalının Keşfi, 4. Baskı, Çev. Murat Özkök, Ankara:Dost Kitabevi, 1998</li> <li>- Ferruh Uztuğ, Siyasal İletişim Yönetimi, İstanbul: MediaCat, 2004</li> <li>- Erkan Yüksel, Medyanın Gündem Belirleme Gücü, Konya: Çizgi Kitabevi yay., 2001</li> <li>- Necati Özkan, Seçim Kazandıran Kampanyalar, İstanbul: MediaCat, 2002</li> <li>- Arsev Bektaş, Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi, İstanbul: Bağlam yay., 1996</li> <li>- Abdullah Özkan (Ed.), Siyasetin İletişimi, İstanbul: Tasam yay., 2009</li> <li>- Abdullah Özkan, Siyasal İletişim Stratejileri, İstanbul: Tasam yay., 2007</li> <li>- Aysel Aziz, Siyasal İletişim, 2. Baskı, Ankara: Nobel Yay., 2007</li> <li>- Darren G. Lilleker, Siyasal İletişim. Temel Kavramlar, Y. Devran, A. Nas, B. Ekşi, Y. Göksun (Eds), İstanbul: Kaknüs yay., 2013</li> <li>- Jacques Gerstlé, La Communication Politique, Paris: Armand Colin, 2007</li> <li>- Andrew Chadwick, Internet Politics, New York: Oxford University Press, 2006</li> <li>- www.siyasaliletisim.org</li> </ul> |
|-----------|--|

### Teori Konu Başlıkları

| Hafta | Konu Başlıkları   |
|-------|---|
| 1     | Tanışma ve dersin genel çerçevesinin sunumu   |
| 2     | Temel kavramlar ve tanımlar   |
| 3     | Siyasal iletişimin farklı boyutları ve teorik yaklaşımlar   |
| 4     | İletişim ve siyaset: Anahtar kavramlar -kamusal alan -kamuoyu -siyasal aktörler -siyasal toplumsallaşma -siyasal kültür |
| 5     | Siyasetin "medyatikleşmesi" ve sonuçları  |
| 6     | Kamuoyu araştırmaları ve siyasette kullanımı  |
| 7     | Vize sınavı   |
| 8     | Siyasal iletişimde medyanın konumuna ilişkin kuramsal yaklaşımlar ve modeller   |
| 9     | Suskunluk sarmalı, Gündem belirleme 2. aşama gündem belirleme (çerçeveleme, öne çıkartma, gündemden düşürme)            |
| 10    | Siyasal kampanya süreci ve aşamaları  |
| 11    | Siyasal reklam  |
| 12    | Ulusal ve uluslararası kampanya örneklerinin değerlendirilmesi  |
| 13    | Siyasal iletişim alanına eleştirel yaklaşımlar  |
| 14    | Uzman konuk ile tartışma  |