İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 628	Siyasal İletişim	1	3	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Siyasal iletişim süreçlerini teorik ve pratik olarak analiz etmek; platformlaşma ve yapay zeka çağında güncel siyasal iletişim eğilimleri ile stratejilerini değerlendirmek; öğrencilerin siyasal kampanya yönetimi, eleştirel çözümleme, sunum ve iletişim becerilerini geliştirmek.
İçerik	1. Hafta Dersin tanıtımı ve ders izlencesi paylaşımı Alanın tarihsel evrimine ve kavramlara yönelik genel bakış 2. Hafta Siyasal söylem, retorik ve ikna teorisi Siyasal iletişimde aktörler: adaylar, partiler, medya, seçmen ve yeni aktörler 3. Hafta Medya etkileri ve kamuoyu Gündem belirleme (agenda-setting), çerçeveleme (framing), öne çıkarma (priming) Suskunluk sarmalı ve ana akımlaştırma Klasik etki kuramlarının dijital çağda yeniden okunması 4. Hafta Stratejik siyasal kampanya yönetimi Kampanya planlaması ve mesaj geliştirme Siyasal halkla ilişkiler ve kriz yönetimi Siyasal reklam, duygusal ikna ve seçmen davranışı 5. Hafta Platform çağında siyasal iletişim I: Sosyal medya ve algoritmik görünürlük Platformlaşma ve hibrit medya sistemi Algoritmik görünürlük, gündem oluşumu ve içerik dolaşımı Filtre balonu ve yankı fanusu tartışmaları 6. Hafta Platform çağında siyasal iletişim II: Influencer/kanaat önderleri ve siyasal görünürlük TikTok siyaseti ve sosyal medyada siyasal içerik üretimi Dijital estetik, mizah, "meme" kültürü ve provokasyon 7. Hafta Duygular, popülizm ve kutuplaş(tır)ma: Popülist söylem stratejileri Duygusal kutuplaşma (Affective polarization) Duygu/kimlik temelli mobilizasyon 8. Hafta Ara Sınav 9. Hafta Post-truth çağ, sahte haber ekosistemi ve organize dezenformasyon ağları Bilişimsel propaganda, botlar ve koordineli sahte davranış Dezenformasyona karşı direnç geliştirme 10. Hafta

	Veriye dayalı siyasal kampanyalar Mikro-hedefleme ve kişiselleştirilmiş siyasal reklamın yeni biçimleri 11. Hafta Güncel kampanya stratejileri ve karşılaştırmalı vakalar Dünyadan ve Türkiye'den güncel kampanya örnekleri Karşılaştırmalı kampanya çözümlemesi 12. Hafta Siyasal iletişim araştırmalarında yöntem yaklaşımı İçerik analizi, söylem analizi, deneysel araştırma tasarımı Nitel/nicel araştırma örnekleri üzerinden tartışma 13. Hafta Öğrenci sunumları ve tartışma I: Araştırma/vaka analizi sunumları ve yönlendirilmiş sınıf tartışması 14. Hafta Öğrenci sunumları ve tartışma II: Araştırma/vaka analizi sunumları ve yönlendirilmiş sınıf tartışması

Kaynaklar	Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics. Oxford University Press. Bennett, W. L., & Pfetsch, B. (2018). Rethinking political communication in a time of disrupted public spheres. Journal of communication, 68(2), 243-253. Brader, T. (2020). Campaigning for hearts and minds: How emotional appeals in political ads work. University of Chicago Press. Bourse, M., & Yücel, H. (2012). İletişim bilimlerinin serüveni. Ayrıntı Yayınları. Faucheux, R. (Ed.). (2003). Winning elections: Political campaign management, strategy & tactics. Rowman & Littlefield. Herman, E. S., & Chomsky, N. (2021). Manufacturing consent. In Power and inequality (pp. 198-206). Routledge. Highfield, T. (2017). Social media and everyday politics. John Wiley & Sons. Jowett, G. S., & O'donnell, V. (2018). Propaganda & persuasion. Sage publications. Kaid, L. L. (Ed.). (2004). Handbook of political communication research. Routledge. Kaid, L. L., & Holtz-Bacha, C. (2006). The Sage handbook of political advertising. Sage Publications. Lasswell, H. D. (1971). Propaganda technique in world war I. MIT press. Lippmann, W. (2017). Public opinion. Routledge. Marwick, A., & Lewis, R. (2017). Media manipulation and disinformation online. New York: Data & Society Research Institute, 359, 1146-1151. McNair, B. (2017). An introduction to political communication. Routledge. McCombs, M., & Valenzuela, S. (2020). Setting the agenda: Mass media and public opinion. John Wiley & Sons. Negrine, R. M. (2017). The transformation of political communication: Continuities and changes in media and politics. Bloomsbury Publishing. Neuman, W. L. (2014). Toplumsal araştırma yöntemleri (S. Özge, çev.). Ankara: Siyasal Kitapevi. Newman, B. I. (2017). Siyasette pazarlama devrimi: son amerikan başkanlık kampanyaları etkili pazarlamaya dair bize ne öğretebilir. ET Kocabıyık (Çev.). Ankara: Nobel Yaşam. O'Connor, C., & Weatherall, J. O. (2019). The misinformation age: How false beliefs spread. Yale University Press. Özçetin, B. (2018). Kitle iletişim kuramları: kavramlari okullar, modeller. İletişim Yayınları. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking (Vol. 27, pp. 1-107). Strasbourg: Council of Europe. Woolley, S. C., & Howard, P. N. (Eds.). (2018). Computational propaganda: Political parties, politicians, and political manipulation on social media. Oxford University Press. Woolley, S. (2023). Manufacturing consensus: Understanding propaganda in the era of automation and anonymity. Yale University Press. Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., ... & Nyhan, B. (2018). Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. Political polarization, and political disinformation: a review of the scientific literature (March 19, 2018). Tufekci, Z. (2015). Algorithmic harms beyond Facebook and Google: Emergent challenges of computational agency. Colo. Tech. LJ, 13, 203.

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