

# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Kültür Endüstrisi ve Politikaları	CS 516	Güz-Bahar	03+00+00	Seçmeli	3	7.5
Akademik Birim:	Sosyal Bilimler Enstitüsü/ İletişim Bilimleri Yüksek Lisans					
Öğrenim Türü:	Örgün eğitim					
Ön Koşullar	Yok					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Yüksek Lisans					
Dersin Koordinatörü:	Levent SOYSAL					
Dersin Amacı:	Bu dersin amaçları: 1) Medya endüstrisindeki temel değişimleri açıklamak 2) Medya endüstrisindeki temel özellikleri ve gerginlikleri izlemek 3) Hem eski hem de sosyal medyada önemli insanların kurumsal uygulamalarını analiz etmek 4) Medya ekolojisinde ortaya çıkan zorlukları ve tartışmaları tartışmak					
Dersin İçeriği:	Bu ders, yazılı, elektronik ve dijital olanlar da dahil olmak üzere medya iletişim sektörlerini araştırmakta, bu alandaki başlıca eğilimleri, faktörleri, oyuncuları ve zorlukları incelemektedir.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>1-</b> Medya ürünlerinin doğasını ve kurumsal içeriğini kavramak</li><li>• <b>2-</b> Medya politik ekonomisinin nasıl çalıştığını anlamak</li><li>• <b>3-</b> Medya endüstrisindeki önemli gelişmeleri yansıtmak</li><li>• <b>4-</b> Eski ve sosyal medyada odak alanlarını ve güç ajanlarını tanımlamak</li><li>• <b>5-</b> Medya endüstrilerinin uygulamalarını daha büyük kültürel, ekonomik, politik ve sosyal şartlar altında eleştirel olarak analiz etmek</li><li>• <b>6-</b> Dijital çağda medya endüstrisi ile ilgili eğilimleri ve politikaları değerlendirmek</li></ul>					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders, seminerler (düşünce soruları ve sınıf tartışması için materyaller), e-öğrenme kaynakları (tahta) ve atölye çalışmaları (vaka çalışmaları, rol oyun oturumları) ile desteklenen konferanslar (PowerPoint sunumları) yoluyla sağlanır					

## HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Derse Genel Bakış	Syllabus
2	Kültür Endüstrileri eleştirel kuramın merceğinden	Adorno & Horkheimer (1944/2007) Dialectic of enlightenment. Stanford University Press - 'Culture industry: Enlightenment as mass deception'
3	Endüstriselleşme	Havens, T. & Lotz, A. (2016) Understanding Media Industries, 2nd ed. Oxford University Press - chapter 2
4	Küreselleşme	Rantanen, T. (2005) The Media and Globalization. Sage - chapter 2
5	Dijitalleşme	Holt, J. & Perren, A. (2009) Media industries: History, theory and methods. Wiley-Blackwell - chapter 6
6	Televizyon	Thussu, D. (ed.) (2009) International communication: A reader. London: Routledge - chapter 4
7	Öğrenci Sunumları	
8	Öğrenci Sunumları	
9	Google	Vaidhyathan, S. (2011) The Googlization of everything. University of

		California Press - chapter 2
10	Facebook	Fuchs, C. (2014) Social media: A critical introduction. Sage - chapter 7
11	Öğrenci Bireysel Çalışmaları	
12	Öğrenci Bireysel Çalışmaları	Extracts from Agonistics (C. Mouffe)
13	Medya ekolojisi hakkında düşünceler	Scolari, A. C. (2012). Media ecology: Exploring the metaphor to expand the theory. Communication Theory 22, 204-225.
14	Dersin Özeti	

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

## ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Bütün okumalara Blackboard üzerinden ulaşılabilir.

## DİĞER KAYNAKLAR

Yok

## DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	14	-
Ödev	3	30
Sunum/Jüri	1	20
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (okuma, bireysel çalışma vb.)	1	10
Final Sınavı	1	40
<b>Total:</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

## İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Ödev	3	10	30
Sunum/Jüriye Hazırlık	1	20	20
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	1	52	52
Final Sınavı	1	44	44
<b>Toplam İş Yüğü (saat):</b>			<b>188</b>

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

## PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9
OC1									
OC2									
OC3									
OC4									
OC5									
OC6									

**Katkı Düzeyi:** 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek