

**“ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA ARAŞTIRMALARI” PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU**

Dersin Ayrıntıları				
Dersin Kodu	Sınıfı			Yarıyılı
ICMR101	2021-2022			1
Dersin Adı	T	U	L	AKTS
İletişim ve Medya Teorisindeki Gelişmeler	5	0	0	5
Dersin Dili				
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans	x	Doktora	
Anabilim Dalı/Programı	Uluslararası İletişim ve Medya Araştırmaları			
Eğitim Türü	Örgün Eğitim (%60), Uzaktan Eğitim (%40)			
Dersin Türü	Zorunlu	x	Seçmeli	
Dersin Amacı	Öğrencilerin aşağıdaki yeterliliklere sahip olması amaçlanmaktadır: - yeni teknolojiler ve medya ile ilgili temel kavramları ve teorik yaklaşımları anlamak, - sosyal, politik ve kültürel değişim için yeni medya ortamının gelişiminin etkilerini belirlemek, - yeni bilgi teknolojileriyle ilgili çağdaş toplumlardaki ana konular hakkında eleştirel olarak düşünmek ve tartışmak için beceriler geliştirmek ve - daha iyi medya üreticileri ve tüketicileri olmak için teoriyi kullanmak			
Dersin İçeriği	Bu ders, iletişim ve medya teorisinin gelişiminin temel yönlerine dair kısa bir hatırlatma ile başlar. Chicago Okulu, Frankfurt Okulu, Birmingham Okulu ve Toronto Okulu, politik ekonomi ve kültür/yaratıcı endüstriler yaklaşımlarına dair bilgiler hatırlatıldıktan sonra, ders kapsamında kültürel ve politik perspektiflerden yeni medyanın tarihini ve teorisi ana hatlarıyla anlatılacak ve yeni medyanın deneyimlerimizi nasıl çerçevelediği, siyasi katılımımızı nasıl değiştirdiği, ve kimlik duygusu ve kültüre katılım ile nasıl etkileşim içinde olduğu tartışılacaktır. Ders ayrıca öğrencilere medyanın özünde sosyal ve kültürel uygulamalarla nasıl iç içe olduğunu ve genel olarak sosyal kurumları ve kültürü nasıl etkilediğini anlamak için teorik bir kavram olarak medyatikleşmeyi tanıtır.			
Ön Koşulları	–			
Dersin Koordinatörü	–			
Dersi Veren(ler)	Dr. Elif Posos Devrani			
Dersin Yardımcılar(ı)	İpek Kesici M.A.			
Dersin Staj Durumu	–			
Ders Kaynakları				
Ders Notu	Altheide, D.L. (2015). Media Logic. In Mazzoleni G. (Ed.), <i>The International Encyclopedia of Political Communication</i> . Wiley-Blackwell. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/313386386_Media_Logic . Auerbach, J. & Castronovo R. (2013). Introduction. “Thirteen Propositions about Propaganda.” In <i>The Oxford Handbook of Propaganda Studies</i> (pp. 1 – 12). New York: Oxford University Press. Castells M. (2000). <i>The Rise of the Network Society</i> (Vol.1) (Chapter 1. The Information Technology Revolution). Wiley Blackwell.			

**“ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA ARAŞTIRMALARI” PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU**

	<p>Couldry, N., & Hepp, A. (2013). Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. <i>Communication Theory</i>, 23(3), 191-202.</p> <p>Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society. <i>Nordicom review</i>, 29(2), 102-131. Retrieved from: https://content.sciendo.com/view/journals/nor/29/2/article-p102.xml.</p> <p>Jenkins H. (2006). <i>Convergence Culture: Where Old and New Media Collide</i>. (Introduction: Worship at the Altar of Convergence: A New Paradigm for Understanding Media Change). New York: New York University Press.</p> <p>Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). <i>Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture</i>. NEW YORK; LONDON: NYU Press. Retrieved June 18, 2021, from http://www.jstor.org/stable/j.ctt9qfk6w.</p> <p>Krotz, F. (2017). Explaining the mediatization approach. <i>Javnost-The Public</i>, 24(2), 103-118.</p> <p>Livingstone, S. & Lunt, P. (2014). Mediatization: an emerging paradigm for media and communication research? In: Lundby, K., (ed.) <i>Mediatization of Communication</i> (pp. 703-724). Berlin: De Gruyter Mouton.</p> <p>Van Dijck, J. (2013). <i>The culture of connectivity: A critical history of social media</i>. Oxford University Press.</p> <p>Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. <i>Media and communication</i>, 1(1), 2-14. Retrieved from: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2309065.</p>
--	--

Diğer Kaynaklar	<p>Robinson, Piers. 2016, August 2. “Russian News May be Biased, But So is Much Western News.” The Guardian.</p> <p>Andrew, Liam. 2014, October 29. “Controlled Chaos: As Journalism and Documentary Film Converge in Digital, What Lessons Can They Share?” Neiman Lab at Harvard.</p>
------------------------	---

Materyal Paylaşımı

Dokümanlar	–
Ödevler	–
Sınavlar	–

Dersin Yapısı

Sosyal Bilimler		100%
Fen Bilimleri		%
Mühendislik Bilimleri		%
Alan Bilgisi		%

Değerlendirme Sistemi

	Sayısı	Katkı Oranı (%)
Ara Sınav		
Kısa Sınav		
Ödev	1	20
Devam		
Uygulama	2	80

**“ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA ARAŞTIRMALARI” PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU**

Proje			
Yarıyıl Sonu Sınavı			
		Toplam	100
AKTS İş Yükü Dağılımı Tablosu			
	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü (Saat)
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	14	3	42
Ödevler	1	20	20
Sunum/Seminer Hazırlama	1	20	20
Ara Sınavlar			
Uygulama			
Laboratuvar			
Proje			
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	40	40
		Toplam İş Yükü	150
		AKTS Kredisi (Toplam İş Yükü / 30)	5
Dersin Öğrenim Çıktıları			
1	Kitle iletişimine yönelik farklı teorik yaklaşımların etkinliğini karşılaştırmak ve ayırdına varmak için gerekli olan analitik becerileri geliştirmek		
2	İletişim ve medya tarihindeki temel tartışmalarla ilgili olarak eleştirel düşünme, yazma ve iletişim kurma becerisi kazanmak		
3	Kitle iletişim araçları, kitle iletişimi ve ekonomik, sosyal ve politik değişim arasındaki ilişkiyi eleştirel bir şekilde ele almak		
4	Kitle iletişim araçları ve yeni medya ile ilgili yeni politika oluşturma alanlarını belirlemek ve eleştirel yaklaşımla katkıda bulunmak		
Ders Konuları			
1	Ders Tanıtımı ve Müfredata Genel Bakış		
2	İletişim ve medya teorisinde kilometre taşlarını hatırlama		
3	İletişim ve medya teorisinde kilometre taşlarını hatırlama		
4	Yeni Medyayı Tanımlamak		
5	Yeni Medya, Kimlik ve Gündelik		
6	Dikkat Ekonomisi ve Sosyal Medya		
7	Geçmişte ve Günümüzde Propaganda: Çağdaş Propagandayı Analiz Etmek		
8	Güçlendirme ve Korumada yeni medyanın rolü		
9	Katılımcı Siyaset ve Demokrasi		
10	Sosyal Medya, Gözetim ve Görünürlük		

**“ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA ARAŞTIRMALARI” PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU**

11	Medya Mantığı					
12	Medyatikleşme					
13	Farklı Medyatikleşme Yaklaşımları					
14	Farklı Medyatikleşme Yaklaşımları					
Dersin Program Çıktılarına Katkısı (1-5)						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	5	3	4		2	1
2	4	3	4	3	2	1
3	4	2	4	4	2	2
4	4	3	4	4	4	3
Katkı Oranı: 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek						
https://obs.tau.edu.tr/oibs/bologna/progOfficials.aspx?lang=tr&curSunit=6028						
Hazırlayan:	Dr. Elif Posos Devrani					
Güncelleme Tarihi:	20.06.2021					