

DERS BİLGİLERİ

Ders	Kodu	Yarıyıl	T+U+L Saat	Kredi	AKTS
Medya Endüstrisi ve Ekonomi Politik Yaklaşım	MES 626	4	3 + 0 + 0	3	10

Ön Koşul Dersleri

-

Dersin Dili	İngilizce
Dersin Seviyesi	Doktora
Dersin Türü	Zorunlu
Dersin Koordinatörü	
Dersi Verenler	
Dersin Yardımcıları	
Dersin Amacı	Bu ders, medyanın endüstriyel yapısını ele alarak, temel sahiplik ilişkilerini ve içerik üretimini tarihsel süreç içinde incelemekte ve medyayı eleştirel ekonomi politik yaklaşımı ile irdelemektedir. Dersin temel amacı, medya endüstrisinin dinamiklerini bütünsel yapısı ile kavradıktan sonra ekonomi politik anlamda medya-iktidar ilişkilerini, bu ilişkilerin medya metinlerine nasıl yansıdığını, ideoloji ve söylemin toplumsal değişimdeki rolünü ortaya çıkarmak ve tartışmaktır.
Dersin İçeriği	Medyanın endüstriyel yapısı ve bu yapıda oluşan küresel ve bölgesel değişimler, nedenleri ve toplumsal yapı üzerindeki etkileri, medya-iktidar ilişkileri, ideoloji, söylem şekilleri.

Dersin Öğrenme Çıktıları	Program Öğrenme Çıktıları	Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
1) Kitle iletişim tarihini ve medya endüstrisini, geçirdiği sosyo-ekonomik ve politik süreçleri ile tanımlar ve analiz eder.	1, 2, 5, 12, 13	1, 2, 3, 4	A, B, C
2) Medyanın sahiplik yapısı ile iktidar, ideoloji ve söylem arasındaki ilişkiyi eleştirel teori aracılığıyla ortaya çıkarır ve tartışır.	1, 5, 12, 13	1, 2, 3, 4	A, B, C
3) Ana akım ve eleştirel kitle iletişim kuramlarını analiz eder, medya-iktidar ilişkilerini tartışır, sentezler.	1, 2, 4, 5	1, 2, 3, 4	A, B, C
4) Medya metinlerine yansıyan medya-iktidar ilişkisini, ideolojinin toplumsal değişimini analiz eder, tartışır, sentezler ve yeni yaklaşım geliştirir.	2, 5, 8, 12, 13	1, 2, 3, 4	A, B, C
5) Medya endüstrisine dayalı sahiplik ilişkilerini eleştirel perspektiften yorumlar, değerlendirir, sözlü ve yazılı olarak ifade eder.	1, 5, 7, 8	1, 2, 3, 4	A, B, C

Öğretim Yöntemleri:

1: Anlatım, 2: Sunum 3: Soru-Cevap, 4: Tartışma

Ölçme Yöntemleri:

A: Sınav, B: Ödev, C: Haftalık sunum

DERS AKIŞI

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Medya endüstrisine genel bakış	Medya Tarihi ve Medya Endüstrisi
2	Medya endüstrisinde sahiplik yapısı ve içerik üretimi	Medya Tarihi ve Medya Endüstrisi
3	Medyanın Ekonomi Politikası	Klasik ve Eleştirel Ekonomi Politik
4	Medyanın Ekonomi Politikası	Klasik ve Eleştirel Ekonomi Politik
5	Medyanın Ekonomi Politikası	Klasik ve Eleştirel Ekonomi Politik
6	Ana akım ve Eleştirel Kuramlar	Ana akım ve Eleştirel Kuramlar
7	Ana akım ve Eleştirel Kuramlar	Ana akım ve Eleştirel Kuramlar
8	ARA SINAV	Tüm konular
9	Medya, İdeoloji ve Söylem	İdeoloji, söylem ve söylem analizi
10	Medya, İdeoloji ve Söylem	İdeoloji, söylem ve söylem analizi
11	Yeni medya ve Kamusal Alan	Yeni medya ve kamusal alan analizi
12	Yeni medya ve Kamusal Alan	Yeni medya ve kamusal alan analizi
13	Araştırma: Sınıf Sunumları	Tüm konular
14	Araştırma: Sınıf Sunumları	Tüm konular
15	Araştırma: Sınıf Sunumları	Tüm konular

KAYNAKLAR**Ders Notu****Diğer Kaynaklar**

Topuz, H. 2003. **Türk Basın Tarihi**. Remzi Kitapevi. İstanbul.

Koloğlu, Orhan. 2006. **Osmanlı'dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi**. Pozitif Yayıncılık.

Chomsky, N. 2002. **Medya Gerçeği**. Everest Yayınları. İstanbul. 3. Basım.

Jeanneney, Jean-Noel. 2006. **Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi**. Yapı Kredi Yayınları.2. Baskı.

Storey. John. 1998. **Cultural Theory and Popular Culture**. Edited and Introduced by John Storey. Prentice Hall. 2nd Edition.

Raymond, Geuss. 2013. **Eleştirel Teori Habermas ve Frankfurt Okulu**. Ayrıntı Yayıncılık. 2. Basım.

<p>İnceoğlu, Yasemin G. 2004. Uluslararası Medya-Medya Eleştirileri. Der Yayınları.</p> <p>Althusser, Louis. 2006. İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları. İthaki Yayınları. 2. Baskı.</p> <p>Uluç, Güliz. 2003. Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı. Anahtar Yayınevi.</p> <p>Yengin, Hülya. 2008. Ekranın Büyüsü. Batıda Değişen Televizyon Yayıncılığının Boyutları ve Türkiye’de Özel Televizyonlar. Der Yayınları.</p> <p>Geray, Haluk. 2003. İletişim ve Teknoloji. Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları. Ütopya Yayınevi.</p> <p>Kaya, Raşit. 2009. İktidar Yumağı-Medya-Sermaye-Devlet. İmge Yayınevi.</p> <p>Demir, Vedat. 2007. Türkiye’de Medya Siyaset İlişkisi. Beta Yayınevi.</p> <p>Adaklı, Gülseren. 2006. Türkiye’de Medya Endüstrisi. Ütopya Yayınevi.</p> <p>Kejanlıoğlu, Beybin. 2004. Türkiye’de Medyanın Dönüşümü. İmge Yayınevi.</p> <p>Sönmez, Mustafa. 2008. Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidarı. Yordam Kitap.</p> <p>Erol, Gülbuğ. 2007. Medya Üzerine Çalışmalar. Beta Yayınevi.</p> <p>Bulut, Selda. 2009. Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi. Ekonomi Politik Yaklaşımlar. Ütopya Yayınevi.</p>

MATERYAL PAYLAŞIMI	
Dokümanlar	
Ödevler	Medya endüstrisi ve ekonomi politiği üzerine seçilecek bir konu üzerine makale yazımı.
Sınavlar	Araştırma, ödev ve sunum.

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ		
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI	SIRA	KATKI YÜZDESİ
Final (makale)	1	60
Haftalık Sunum	1	40
Toplam		100
FİNALİN BAŞARIYA ORANI		40
YIL İÇİNİN BAŞARIYA ORANI		60
Toplam		100

DERS KATEGORİSİ	Uzmanlık / Alan Dersleri
------------------------	--------------------------

DERSİN PROGRAM ÇIKTILARINA KATKISI

No	Program Öğrenme Çıktıları	Katkı Düzeyi				
		1	2	3	4	5
1	Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak medya çalışmaları alanındaki güncel ve ileri düzeydeki bilgileri özgün düşünce ve/veya araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirmek, derinleştirmek ve bilime yenilik getirecek özgün katkılara ulaşmak.					X
2	Medya Çalışmaları alanı ile ilgili çeşitli disiplinler arasındaki etkileşimi kavramak; yeni ve karmaşık fikirleri analiz, sentez ve değerlendirmede uzmanlık gerektiren bilgileri kullanarak özgün sonuçlara ulaşmak.					X
3	Medya Çalışmaları alanındaki uygulamalarda karşılaşılabilecek öngörülme-yen karmaşık durumlarda, bütünsel ve yaratıcı düşünerek yeni stratejik yaklaşımlar geliştirmek, sorumluluk alarak çözüm üretmek ve gerektiğinde liderlik yapmak.	X				
4	Medya Çalışmaları alanıyla ilgili araştırma yöntemlerinde üst düzeyde beceri kazanarak bilime yenilik getirmek, yeni bir bilimsel yöntem geliştirmek ya da bilinen bir yöntemi farklı bir alana uygulamak, özgün bir konuyu araştırmak, kavramak, tasarlamak, uyarlamak ve uygulamak.					X
5	Medya Çalışmaları disiplininde bağımsız araştırma yapmak, bilimsel olayları geniş, derin ve eleştirel bir bakış açısı ile analiz etmek, yeni sentezlere ulaşmak ve değerlendirebilmek için gerekli adımları belirleme yeteneği kazanmak.					X
6	Medya Çalışmaları alanı ve alt disiplinleri ile ilgili bilimsel makaleleri ulusal ve/veya uluslararası saygın hakemli dergilerde yayınlamak veya bilimsel toplantılarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletmek.	X				
7	Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini bilimsel bir şekilde ifade etmek ve savunmak için etkili bir iletişim kurmak.					X
8	Akademik ve profesyonel bağlamda teknolojik, toplumsal veya kültürel ilerlemeleri sürekli takip ederek, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunmak ve yeni medya teknolojileri, küreselleşme ve medyada yöndeşme ile güncel olaylar ve medyanın gündem oluşturma dinamiklerini yorumlamak ve değerlendirmek.					X
9	Medya Çalışmaları alanına yenilik getiren, yeni bir düşünce, yöntem, tasarım ve uygulama geliştirebilmek ya da bilinen bir düşünce, yöntem, tasarım ve uygulamayı farklı bir alana uygulayabilmek, özgün bir konuyu araştırabilmek, kavrayabilmek, tasarlayabilmek, uyarlayabilmek ve uygulayabilmek.		X			
10	Medya Çalışmaları alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak işlevsel etkileşim kurabilmek.		X			
11	Medya Çalışmaları alanı ile ilgili konularda karşılaşılan toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik sorunların çözümüne katkıda bulunabilme ve bu değerlerin gelişimini destekleyebilmek.		X			
12	Medyanın tekelleşme sürecini ve bu sürecin siyasal, ekonomik ve toplumsal bileşenlerini betimlemek, sorgulamak ve sınıflandırmak.					X
13	Medyayı yerel, ulusal ve küresel ağlar ve bu ağların sektörel etkileri, sivil toplum ve siyaset ile ilişkileri üzerinden tartışmak.					X
14	Medyayı yasal düzenlemeler ve etik ilkeler temelinde değerlendirmek ve gözden geçirmek.			X		

15	Bir yabancı dili kullanarak ileri düzeyde yazılı, sözlü ve görsel iletişim kurabilmek ve tartışabilmek ("European Language Portfolio Global Scale", Level C1).		X			
----	--	--	---	--	--	--

AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU			
Etkinlik	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (Saat)
Ders Süresi (Sınav haftası dahildir: 15X toplam ders saati)	15	3	45
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	15	4	60
Haftalık Sunum	9	4	36
Makale	1	120	120
Toplam İş Yüğü			261
Toplam İş Yüğü / 25 (s)			10.44
Dersin AKTS Kredisi			10