AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Popüler Kültür ve Medya								
Ders Kodu	HIT107		Ders Düzeyi		Önlisans				
AKTS Kredi	3	İş Yükü	75 *(Saat)*	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Kişinin içinde bulunduğu çağı anlayabilmesi , kültür kavramını bütün bakış açılarıyla kavrayabilmesi, kitle iletişiminin toplumsal hayat üzerindeki etkilerine vakıf olması, medyayı doğru okuma becerisini kazanması için farklı araştırmalar, gazete haberleri ve televizyon programları mercek altına alınacaktır. Kültür kavramı etrafında şekillenen derste popüler kültür yanında kitle kültürü, kültür endüstrisi, kültürel emperyalizm gibi kavramlar da irdelenecek ve medya ile olan ilişkileri değerlendirilecektir.								
Özet İçeriği	Bu derste kitle kültürü ve popüler kültür kavramları incelenecek ve analiz edilecektir. Bu bağlamda popüler kültürün temel özelikleri ortaya koyularak, kitle kültürü ve yüksek kültür kavramlarından farklılıkları açığa çıkartılacaktır. Popüler kültürün kitle iletişimiyle olan bağlantılarının da tartışılacağı bu derse, aynı zamanda popüler kültürün, toplumdaki ideolojik hegemonyanın sürdürülmesindeki etkileri üzerine de eğilinecektir								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Örnek Olay, Bireysel Çalışma, Problem Çözme								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)	Dr. Öğr. Üyesi Seçil UTMA								

Ölçme ve Değerlendirme Araçları		
Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar	
1	1. SWINGEWOOD, A. (1979), The Myth of Mass Culture, The Macmillan Press Ltd., London. GüncelleSil
2	2. GANS, J. H. (1999), Popular Culture & High Culture, Basic Books, NY.
3	İletişime Giriş: Prof. Dr. Aysel Aziz
4	Kitle İletişim Kuramları

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Poüler Kültür ve Medyaya giriş
2	Teorik	.Kültür nedir, nelerden oluşur? (Farklı yaklaşımlar, kuramlar)
3	Teorik	İletişim çalışmalarında tarihsel gelişimin ana hatları
4	Teorik	Kitle İletişiminin toplumsal yaşam üzerine etkileri
5	Teorik	Popüler Kültür kavramı üzerine farklı bakış açıları
6	Teorik	Televizyonun Toplumsal Etkileri
7	Teorik	Televizyon dizilerinde sunulan yaşamlar ve sonuçları
8	Teorik	Medya Okuma Sanatı
9	Teorik	Medya Okuma Sanatı
10	Teorik	Sosyal Medya ve Gençlik
11	Teorik	Gazete Haberi Analizi
12	Teorik	Televizyon Programı Analizi
13	Teorik	Televizyon Programı Analizi
14	Teorik	Popüler Dindarlık
	Dönem Sonu Sınavı (Final)	final
15	Teorik	Magazin ve popüler kültür
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	final

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yükü Hesabı (Ortalama Saat)				
Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	14	2	2	56

Ara Sınav	1	7	1	8
Dönem Sonu Sınavı	1	10	1	11
			Toplam İş Yükü (Saat)	75
			Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = **AKTS Kredisi**	3
**25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.*				

Dersin Öğrenme Çıktıları	
1	Popüler Kültür hakkında temel bilgilere sahip olabilmek
2	Medya hakkında temel bilgilere sahip olabilmek
3	Popüler kültür ve medya bağlantısıı özümseybilmek
4	Popüler kültürün ve medyanın toplum üzerine etkilerini tartışabilmek
5	Popüler Kültür ve medya hakkında genel bilgi sahibi olabilmek

Program Çıktıları *(Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı)*	
1	Genel olarak İletişim, özel olarak Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanına ilişkin formasyona sahip olup, alanın tarihsel gelişim ve değişim süreçlerini öğrenerek kuramsal ve uygulamalı yetkinlik gösterebilme.
2	İletişimin disiplinler arası zenginliğine dayanarak ilgili alanlara ilişkin genel ve güncel sorunları tespit etmek ve çözüm için yöntem belirleyebilme.
3	Disiplinler arası bilgi birikimini İletişim ve Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanına taşıyabilme ve bu çerçevede sorunları alanda çözümleyebilme.
4	Alanıyla ilgili etik ve hukuk kurallarını bilme, özümseme ve uygulayabilme.
5	Alanda geçerli bir yabancı dili kullanarak alan bilgisini derinleştirme ve gerekli diğer uluslar arası paydaşlarla iletişim kurabilme.
6	Alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilme.
7	Bir örgütsel yapı için Halkla İlişkiler, reklâm ve pazarlama programı kampanyaları ve süreçlerine hâkim olabilir ve hazırlayabilirler.
8	Araştırma yöntemlerine hâkim olarak iletişim alanında haber, reklâm, vb. metinleri çözümleyebilirler ve yaratıcı ve eleştirel metinler üretebilirler.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi *1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek*

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	2	2	2	3	2
PÇ2	3	4	2	4	2
PÇ3	5	4	2	4	2
PÇ4	4	3	4	2	4
PÇ5	2	2	3	4	4
PÇ6	4	2	3	5	2
PÇ7	4	4	2	3	4
PÇ8	3	3	4	2	2