



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Medya Okuryazarlığı							
Ders Kodu		HAT206		Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	3	İş Yüklü	76 (Saat)	Teori	2	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		1. Kitle iletişim araçları karşısında pasif olan öğrenciyi aktif duruma getirerek öğrencilerin enformasyon karmaşasının içindeki alt metinleri değerlendirebilmeleri için alt yapı sağlamak. 2. Öğrencilere problem çözme becerisi, bilgi teknolojilerini yorumlayabilme becerisi kazandırmak. 3. Öğrencilere reklam mesajlarını doğru okuma ve yazma becerisi kazandırmak. 4. Öğrencilerin “gerçeklik” ve “kurgu” bakımından ayırt etme becerisini kazanabilmelerine yardımcı olmak.							
Özet İçeriği		21. Yüzyıl Okuryazarlığı: Küreselleşen Medya Kültüründe Eğitim Ve Öğretim Üzerine Bir Değerlendirme, Medya Okuryazarlığı Kavramı, Medya Okuryazarlığının Önemi, Medya Kavramı, Medya Türleri, Medyayı Okumak Ve Yazmak, Medya Üretimi Aşamaları, Medyada Biçim, Medyada İçerik: Yazı, Ses Ve Ses Efektleri, Fotoğraf / Görüntü / İllüstrasyon / Karikatür/ Grafik, Medya Okuryazarlığı Yaklaşımları, Medya Okuryazarlığına Kuramsal Yaklaşımlar, Kitle İletişim Araçlarının Etkilerinin Değerlendirilmesi Ve Etki Kuramları, Medyanın Etki Dönemleri, Medya Etki Kuramları, Medya Mesajı Türleri: Metin Analizleri, Görsel Okuryazarlık, Göstergebilim, Göstergebilim Çeşitleri, Göstergebilim Kavramları: Eğretilme / Metafor, Düzdeğişmece / Metanomi, Düz Anlam / Yan Anlam, Mit							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Bireysel Çalışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)		Öğr. Gör. Aydan BAŞÇALIŞKAN DEVLİ							

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Medya Okuryazarlığı, Türkoğlu, N., İstanbul, 2010.
2	Medya Okuryazarlığı El Kitabı, İnal, K., Ankara, 2009.
3	Eleştirel Medya Okuryazarlığı, Şahin, A., Ankara, 2011.
4	Medyayı Okumak, Erdoğan, Eda; Akbulut, Nesrin; Mutlugün, Mine, Cinius Yayınları, 2017.
5	Göstergebilim Uygulamaları / Metinleri, Görselleri, Sanat Yapıtlarını ve Olayları Okuma, Sığircı, İ., Seçkin Yayınları, Ankara, 2017.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	21. Yüzyıl Okuryazarlığı: Küreselleşen Medya Kültüründe Eğitim Ve Öğretim Üzerine Bir Değerlendirme, Medya Okuryazarlığı Kavramı, Medya Okuryazarlığının Önemi
2	Teorik	Medya Kavramı, Medya Türleri
4	Teorik	Medyayı Okumak Ve Yazmak, Medya Üretimi Aşamaları
5	Teorik	Medyada Biçim, Medyada İçerik: Yazı, Ses Ve Ses Efektleri, Fotoğraf / Görüntü / İllüstrasyon / Karikatür/ Grafik
6	Teorik	Medya Okuryazarlığı Yaklaşımları: Aşılamacı yaklaşım, Korumacı Yaklaşım, Güçlendirmeci Yaklaşım, Eleştirel Yaklaşım, Çözümlemeci Yaklaşım
7	Teorik	Medya Okuryazarlığına Kuramsal Yaklaşımlar: Benjamin Blomm - “Bloom’un Sınıflandırması”, Albert Bandura - “Sosyal Öğrenme Kuramı”, George Gerbner - “Kültürel Ekme Kuramı”, Marshall McLuhan - “Küresel Köy Kuramı”
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
9	Teorik	Kitle İletişim Araçlarının Etkilerinin Değerlendirilmesi Ve Etki Kuramları
10	Teorik	Medyanın Etki Dönemleri
11	Teorik	Medya Etki Kuramları
12	Teorik	Medya Mesajı Türleri / Metin Analizleri: Haber, Reklam, Video, Film/Dizi



13	Teorik	Görsel Okuryazarlık: Görsel Metinler Üzerinde Sembollerin İncelenmesi
14	Teorik	Göstergebilim, Göstergebilim Çeşitleri, Göstergebilim Yoluyla Reklamların Analizi
15	Teorik	Göstergebilim Kavramları: Eğretilme / Metafor, Düzdeğişmece / Metanomi, Düz Anlam / Yan Anlam, Mit, Göstergebilim Yoluyla Reklamların Analizi
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Yarıyıl Sonu Sınavı
17	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Yarıyıl Sonu Sınavı

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
Ödev	3	2	1	9
Ara Sınav	1	4	1	5
Dönem Sonu Sınavı	1	5	1	6
Toplam İş Yükü (Saat)				76
Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				3

*25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Medya kavramını açıklayabilme.
2	Medyayı okumaya ve medyayı yazmaya hakim olabilme.
3	Kültürel çevrede medyanın yerini ve önemini tartışabilme.
4	Medyanın sunduğu mesajların kurgulanmışlığı konusunda analiz yapma yeteneğine sahip olabilme.
5	Reklam metinleri kurgulayabilme ve reklamları göstergebilimsel olarak analiz edebilme.

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 gösterebilir.
2	İletişimin disiplinlerarası zenginliğine dayanarak ilgili alanlara ilişkin genel ve güncel sorunları tespit etmek ve çözüm için yöntem belirleyebilir.
3	Disiplinlerarası bilgi birikimini İletişim ve Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanına taşıyabilir ve bu çerçevede sorunları alanda çözümleyebilir.
4	Alanıyla ilgili etik ve hukuk kurallarını bilir, özümser ve uygulayabilir.
5	Alanda geçerli bir yabancı dili kullanarak alan bilgisini derinleştirme ve gerekli diğer uluslararası paydaşlarla iletişim kurabilir.
6	Alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilir.
7	Bir örgütsel yapı için Halkla İlişkiler, reklâm ve pazarlama programı kampanyaları ve süreçlerine hâkim olabilir ve hazırlayabilir.
8	Araştırma yöntemlerine hâkim olarak iletişim alanında haber, reklâm, vb. metinleri çözümleyebilir ve yaratıcı ve eleştirel metinler üretebilir.
9	Mesleğini icra ederken özümsemiş olduğu etik ve hukuk kurallarını uygulayabilir.

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	4	2	2	2	4
PÇ2	2	2	4	2	4
PÇ3	4	4	4	4	4
PÇ4	4	3	4	4	4
PÇ5	4	3	4	4	4
PÇ6	4	3	4	4	3
PÇ7	4	3	4	4	4
PÇ8	5	5	4	4	5
PÇ9	4	3	4	3	5

