



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Medya ve Tüketim Toplumu							
Ders Kodu		GZT317		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Ders kapsamında medya ve tüketim ilişkisi sorgulanacaktır. Bu kapsamda, reklam ve tüketim ilişkisi, medyanın tüketim alışkanlıkları yaratma ve değıştirme gücü ile reklam verenlerin medya içerikleri üzerindeki etkileri üzerinde çalışılacaktır.							
Özet İçeriğı		Tüketim Kültürü Kavramı ve Tarihsel Evreleri, Yaşam Tarzları ve Medya, Medya ve Boş Zaman Etkinlikleri, Türkiye'de Tüketim Kültürünün Arka Planı ve Medya, Popüler Kültür Olarak Türkiye'de Tüketim, Magazin; Medyanın Magazinleşmesi ve Yaşamları.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Bireysel Çalışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Medya ve Serbest Zaman, Filiz Aydoğan, Om Yayınevi, İstanbul, 2000.
2	Medya ve Tüketim Kültürü Üzerine Eleştirel Bir Analiz, Filiz Aydoğan, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2005.
3	Tüketim Toplumu, Jean Baudrillard, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1997.
4	Medya Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları, Banu Dağtaş (Der.), Erdal Dağtaş (Der.), Ütopya Yayınevi, Ankara, 2009.
5	Medya Popüler Kültür ve İdeoloji, Levent Yaylagöl, Nilüfer Korkmaz, Dipnot Yayınları, Ankara, 2008.
6	Medya ve Tüketim Sosyolojisi Ayraç Yayınları, Hüseyin Köse, İstanbul, 2010.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Derse giriş, tüketim kavramını tanımlama
2	Teorik	Gereksinim ve tüketim kavramı arasındaki farklar
3	Teorik	Tüketim toplumu kavramının doğuşu
4	Teorik	Dünyada ve Türkiye'de tüketim toplumunun oluşum süreci
5	Teorik	Liberal ekonominin tüketim toplumuna etkileri
6	Teorik	Teknolojik ilerleme ve üretim biçimleri arasındaki bağlantı
7	Teorik	Kitlesel üretim ve kitlesel tüketimle gelen "tüketim" kavramındaki değışim
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav (Vize)
9	Teorik	Tüketim kavramının toplumsal statüyle bağıntısı
10	Teorik	Popüler kültür ve tüketim kültürü
11	Teorik	Reklam ve tüketim kültürü
12	Teorik	Medya ve kamuoyu
13	Teorik	Tüketim toplumu ve medya ilişkisi
14	Teorik	Yeni medya ve tüketim kültürü
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Dönem Sonu Sınavı (Final)

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	15	1	3	60
Ödev	1	15	3	18
Seminer	1	10	10	20
Ara Sınav	1	10	3	13



Dönem Sonu Sınavı	1	10	4	14
Toplam İş Yüğü (Saat)				125
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				5
*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.				

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Gereksinim ve tüketim kavramları arasındaki farkı anlar.
2	"Tüketim Toplumu" kavramı ve oluşum süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
3	Farklı ekonomik sistemlerde tüketim olgusunu inceleme imkânı bulur.
4	Teknolojik gelişmeler ile üretim ve tüketim biçimlerindeki farklılaşmaları inceler.
5	Medya ve reklamların tüketim kültürü ile olan bağlantısını anlar.
6	Tüketim kültürünün toplumsal yaşam ve statü üzerindeki etkilerini tanır.
7	Popüler kültür ve tüketim kültürü arasındaki bağlantıyı inceler.
8	Yeni medya ve tüketim kültürü arasındaki ilişkiyi inceler.

Program Çıktıları (Radyo Televizyon ve Sinema Programı)

1	İletişim Bilimleri alanında genel bilgi birikimine sahip olmak, sözlü ve yazılı iletişim becerilerini geliştirebilmek, iletişim teorilerini tartışabilmek.
2	Sosyal bilimlerin farklı alanlarında bilgi edinerek medya alanıyla ilişkilendirebilmek, alanıyla ilgili araştırma yöntemleri bilgisine sahip olmak.
3	İletişim ve medyanın tarihsel gelişim sürecini değerlendirebilmek ve yeni iletişim teknolojilerini anlamlandırabilmek.
4	Kitle iletişim araçlarının işlevlerini kültürel, sosyal, ekonomik ve siyasi olarak sorgulamak.
5	Estetik görme yeteneği kazanmak, görsel medya üretimlerini bu açıdan değerlendirebilmek ve estetik değeri yüksek görsel projeler üretebilme becerisi kazanmak.
6	Radyo, Televizyon ve Sinema dalında çalışabilecek genel bilgi birikimi edinebilmek, bu alanda kullanılan profesyonel terminolojiyi kullanabilmek.
7	Radyo, Televizyon ve Sinema alanındaki üretimlere ilişkin proje geliştirmek ve uygulama becerisi kazanmak.
8	Kitle iletişim araçları aracılığıyla duygu ve düşüncelerini anlatabilmek için yaratıcı yazım becerileri geliştirmek.
9	Medya üretimlerini eleştirel düşünce sistemiyle değerlendirmek ve çözümlemek.
10	Bilgisayar ve iletişim teknolojileri alanıyla ilişkili olarak kullanılabilecek teknik bilgi ve beceriye sahip olmak.
11	Yabancı bir dili kullanarak alanındaki literatürü takip edebilmek ve meslektaşları ile iletişim kurabilmek.
12	Alana ilişkin hukuksal mevzuata hakim olmak ve mevzuatın gerektirdiği biçimde davranma yetkisi kazanmak.
13	Mesleğin gereği olarak bir ekip çalışması içerisinde yer alma becerisini kazanmak.
14	Yaşam boyu öğrenme bilinci kazanarak alanındaki gelişmeleri ve yenilikleri takip etmek.
15	Medya endüstrisinin ekonomik yapısını ve işleyişini kavrayabilmek ve radyo, televizyon, sinema alanlarında gerçekleştirilen ürünlerin ekonomik işlevliğini sağlayabilme becerisi kazanmak.

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5	ÖÇ6	ÖÇ7	ÖÇ8
PÇ1	5	5	5	5	5	5	5	5
PÇ2	5	5	5	5	5	5	5	5
PÇ4	5	5	5	5	5	5	5	5
PÇ9	5	5	5	5	5	5	5	5
PÇ15	5	5	5	5	5	5	5	5

