

FIRAT ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS DERSLERİ VE İÇERİKLERİ

GÜZ DÖNEMİ

	T	P	K	AKTS
İLT 501 Kitle İletişim Sürecinin Temel Sorunları	3	0	3	5
İLT 503 İletişim Araştırma Yöntemleri	3	0	3	5
İLT 505 İletişim Kuramları	3	0	3	5
İLT 507 Bilişim Teknolojileri ve Medya	3	0	3	5
İLT 509 Uydudan Televizyon Yayıncılığı	3	0	3	5
İLT 511 Görsel ve İşitsel İletişim Sürecinde Etik	3	0	3	5
İLT 513 İnternet ve Video Sanatı	3	0	3	5
İLT 515 İnternet Reklamcılığı	3	0	3	5
İLT 517 Göstergibilim (Semiyotik)	3	0	3	5
İLT 519 Görsel Tasarımın Temel Unsurları	3	0	3	5
İLT 521 Görsel İletişim ve İkonoloji	3	0	3	5
İLT 523 Sinema ve Beden Dili	3	0	3	5
İLT 525 Görsel Tasarımlarda Yaratıcılık	3	0	3	5
İLT 527 Kültürlerarası İletişim	3	0	3	5
İLT 529 Görsel Kültür ve İdeoloji	3	0	3	5
İLT 531 Görsel Medya Haberciliği	3	0	3	5
İLT 535 Belgesel Sinema	3	0	3	5
İLT 537 Medya Politikaları	3	0	3	5
İLT 539 İzleyici Araştırmaları	3	0	3	5
İLT 541 Medyanın Ekonomi Politikası	3	0	3	5
İLT 543 Modernleşme ve İletişim	3	0	3	5
İLT 545 Kültürel Çalışmalar	3	0	3	5
İLT 547 İnsan Kaynakları ve İletişim Yönetimi	3	0	3	5
İLT 549 Kültürel Modernizm	3	0	3	5
İLT 551 Sosyal Medya Sosyolojisi	3	0	3	5
İLT 553 Siyasal İletişim Araştırmaları	3	0	3	5
İLT 597 Seminer	0	2	1	8
İLT 599 Tez	0	0	0	25
İLT 701 Uzmanlık Alan Dersi	6	0	0	5

BAHAR DÖNEMİ

İLT 502 Görsel Çözümleme Yöntemleri	3	0	3	5
İLT 504 İnternet ve Grafik Tasarım	3	0	3	5
İLT 506 Kitle İletişim Araçları ve Kamuoyu Oluşturma	3	0	3	5
İLT 510 Film Çözümlemesi ve Sinema Araştırmaları	3	0	3	5
İLT 512 Yerel Medya	3	0	3	5
İLT 514 Toplumsal Sorunlar ve Medya	3	0	3	5
İLT 516 Popüler Kültür ve İmaj	3	0	3	5
İLT 518 Sinema ve Televizyonda Grafik Tasarım ve Algılama	3	0	3	5
İLT 520 Televizyon Reklamcılığında Yaratıcı Strateji Süreci	3	0	3	5
İLT 522 Televizyon ve Sinemada Sponsorluk	3	0	3	5
İLT 524 Güzel Konuşma Sanatı (Retorik)	3	0	3	5
İLT 526 Televizyon ve Sinemaya Eleştirel Yaklaşımlar	3	0	3	5
İLT 528 Sinemada İzleyici ve Alımlama	3	0	3	5
İLT 530 İkna Kuram ve Stratejileri	3	0	3	5
İLT 532 Çağdaş İletişim Ortamları	3	0	3	5
İLT 534 Uluslararası Televizyon Yayıncılığı	3	0	3	5
İLT 536 Masaüstü Yayıncılık	3	0	3	5
İLT 538 Televizyon ve Popüler Kültür	3	0	3	5
İLT 540 Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi (Çıkarılacak ders)	3	0	3	5
İLT 542 Medya Çalışmaları ve İdeoloji	3	0	3	5
İLT 544 Küreselleşme, Toplumsal Sınıflar ve Medya	3	0	3	5
İLT 546 Türkiye’de Siyasal İletişim Kampanyaları	3	0	3	5
İLT 548 Yeni İletişim Teknolojileri	3	0	3	5
İLT 550 Türkiye’nin Kültürel Modernleşmesi	3	0	3	5
İLT 552 Tüketim Toplumu ve Medya	3	0	3	5
İLT 597 Seminer	0	2	1	8
İLT 599 Tez	0	0	0	25
İLT 701 Uzmanlık Alan Dersi	6	0	0	5

DERS İÇERİKLERİ

GÜZ

İLT 501 Kitle İletişim Sürecinin Temel Sorunları

Kitle yayıncılığı açısından iletişim süreci iskeleti, kaynak, ileti, medya ve hedef kavramları; iletişimi etkileyen faktörler; kitle iletişimi kavramı; ortam ve geri besleme kavramları; iletişim süreci sorunları; ileti ve alıcının yapıcı, sosyo-kültürel farklılıkları ve dil engelleri; kodların yanlış seçimi, sembollerin yanlış anlaşılması, dil eylemlerinin yanlış yorumlanması.

İLT 503 İletişim Araştırma Yöntemleri

Kitle kültürü analizindeki teorik ve araştırma yaklaşımlarının eleştirel incelemesi; farklı yaklaşımlar; medya çalışmalarına bağlı içerik analizleri, söylem analizi, göstergebilimsel yöntem, ruhsalbilimsel çözümleme; araştırma projelerinde metodoloji ve teknikler.

İLT 505 İletişim Kuramları

İletişim ve enformasyon bilimlerinin, disiplinler arası niteliği; tarihsel, biyolojik ve toplumsal, doğal ve kültürel, teknolojik ve söylem açısından, ekonomik, bireysel ve toplumsal açıdan tartışmalar; nedensizlik ve toplumsal belirlemeler arasındaki çekişmeler; kitle iletişim kuramlarına yönelik egemen ve eleştirel bakış açıları, kitle iletişiminin ekonomik ve ideolojik işlevlerine eleştirel bir bakış açıları sunan kuramlar; Sessizlik Sarmalı Kuramı, Gündem Belirleme Kuramı, Kültürleme Kuramı, Şiddet Kuramları, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı.

İLT 507 Bilişim Teknolojileri ve Medya

Radyo, televizyon, internet, kablolu televizyon, uydu yayınları ve dijital yayınlarının tarihçesi; stüdyo teknikleri ve gereçlerinin kullanımı, gelişen teknolojinin kitle iletişim sektörüne getirdiği değişim; yeni teknoloji ile iletişim kodlarının değişimi.

İLT 509 Uydudan Televizyon Yayıncılığı

Kablosuz iletişim türleri; radyo ve televizyon bağlantıları, uydu yayıncılığının tarihçesi, süreçleri; iletişim sektörüne getirdiği yenilik; dünyada uydu yayıncılığı, Türkiye’de uydu yayıncılığı; uydu yayıncılığının kitleler üzerindeki etkileri; uydu yayıncılığının yaygınlığı, uydu türleri; GSM ve uydu telefonları.

İLT 511 Görsel ve İşitsel İletişim Sürecinde Etik

Etik kavramı; görsel işitsel iletilerin içeriklerinde etiğe uygunluk tartışmaları; tarafsızlık, doğru, açık yayıncılık; bilgi ve haber alma özgürlüğü; özel yaşama müdahale; haberin kaynağı; çocuk gelişimine olumsuz etkiler; sanık haberleri.

İLT 513 İnternet ve Video Sanatı

İnternet üzerinden video yayıncılığı; video hazırlamanın temel unsurları; video teknikleri; internet yayıncılığının temel nitelikleri; internet kullanıcıları; kitlelerin internette video izleme alışkanlıkları; internette video yayınlayan sayfaların tercih edilme nedenleri, video paylaşım sitelerinin içerikleri.

İLT 515 İnternet Reklâmcılığı

Yeni bir teknoloji olarak internetin kullanım özellikleri, tarihçesi; internet kullanıcıları; genel olarak tüketici özellikleri ve tercihleri; yeni bir ortam olan internette tüketici davranışları; internet ortamında reklâmların konumu, dikkat çekiciliği; internet sayfası içeriği ve yayınlanan reklâm ilişkileri; reklâm ve animasyon; enformasyonda erişim.

İLT 517 Göstergebilim (Semiyotik)

Göstergebilimin tanımı, tarihçesi, türleri; göstergebilime ilişkin kavramlar; postmodern çağda sanat ve göstergebilim; göstergebilimsel çözümleme yöntemi; radyo, televizyon, sinema, internet ile göstergebilim ilişkisi.

İLT 519 Görsel Tasarımın Temel Unsurları

Sanat eleman ve ilkeleri; görsel tasarımın öğeleri; denge, orantı, bütünlük, görsel hiyerarşi; televizyonda grafik tasarım; internette grafik tasarım.

İLT 521 Görsel İletişim ve İkonoloji

Görüntülü bilgi alışverişi, görsel iletişim elemanları; ikonun tanımı, özellikleri, kullanım alanları ve etkileri; tipografi, grafik, karikatür, hareket, biçim; televizyon ve bilgisayar imajları; bireysel, tarihsel, teknik, etik kültürel ve eleştirel bağlamda görsel iletişim.

İLT 523 Sinema ve Beden Dili

Sinemada oyunculuk; yönetmenin oyuncularını yönlendirmesi; sahnelere göre beden dilinin kullanımı; yaratılan durumların beden dili ağırlıklı olarak dışavurumsal yorumlanması. Beden dili ile anlam yaratma sanatı; beden duruşlarının, jest ve mimiklerin iletişim sürecine müdahil oluş biçimi, semantik boyutu.

İLT 525 Görsel Tasarımlarda Yaratıcılık

Sanat eleman ve ilkeleri; görsel tasarımın öğeleri; denge, orantı, bütünlük, görsel hiyerarşi; kompozisyon oluşturma becerileri; televizyonda ve internette grafik tasarımda yaratıcılığın kıstasları.

İLT 527 Kültürlerarası İletişim

Farklı kültürlerin kitle iletişim araçları vasıtasıyla etkileşime geçmesi; kültürler arası farklar; kültürler arası farkların iletişim sürecindeki olumlu ve olumsuz etkileri; küreselleşme ve kültürler arası etkileşim; kültürler arası iletişimde televizyonun, sinemanın ve internetin yeri; küreselleşme eleştirileri; yeni sosyal çevreleri ve kendini değerlendirme.

İLT 529 Görsel Kültür ve İdeoloji

Gündelik hayat deneyimlerinin, kültürün ve medyanın önemli kaynağı olan görsel çevrenin ve üretimin çeşitli alanlarının incelenmesi ve kıyaslanması; birey ve toplum bağlamında izleyici kavramı ile görsel kültür arasındaki ilişkiler ve analizler; ideolojilerin kitleleri etkilemede görsel kültür unsurlarını kullanma biçimleri; görsel iletişimin ideoloji empoze etmedeki etkinliği.

İLT 531 Görsel Medya Haberciliği

Video teknolojileri kullanarak televizyonlara haber hazırlama, konu seçimi, değerlendirme, araştırma ve yazma; görsel haber hazırlama teknikleri; görsel medyada etik, yasal kuralların önemi ve değerlendirilmesi; internet üzerinden yayım yapan televizyonlar için habercilik teknikleri; görsel medya için haber yazma ve üretmede kurallar.

İLT 535 Belgesel Sinema

Belgesel sinema filmlerinin tarihçesi; filmlerin analitik ve eleştirel incelenmesi; farklı kültürel, siyasal ve sosyal çevrelerde değişik belgesel yapım tarihiyle ilgili eleştirel anlayışlar; Amerikan, Avrupa ve Türk belgesel çalışmalarının incelenmesi ve kıyaslanması.

İLT 537 Medya Politikaları

Medyada yayıncılık anlayışı; medya ve ideoloji kavramları arasındaki ilişkinin incelenmesi. Türkiye'deki toplumsal ve siyasal olaylar ışığında medyada ortaya çıkan gelişmeler; basın yayınıla ilgili kanunlar; sansür ve otosansür; kamu yayıncılığı; RTÜK; reklamların durumu; telif haklarının gözetilmesi.

İLT 539 İzleyici Araştırmaları

Ders iletişim çalışmalarının başından itibaren medyada izleyiciyi tanımlayarak, izleyicinin rolünü ve konumunu belirlemekte ve izleyici odaklı çalışmaları ele almaktadır.

İLT 541 Medyanın Ekonomi Politikliği

Bu derste medyaya ekonomi politik yaklaşım konusunda eleştirel bir bakış açısı kazandırılması amaçlanmaktadır. Ders kapsamında ekonomi politiğin temel kavramları, ekonomi politik yaklaşımın tarihsel temelleri, bu yaklaşımın medya ve iletişim alanına katkıları tartışılmakta ve bu yaklaşıma dayalı çeşitli araştırmalar incelenmektedir.

İLT 543 Modernleşme ve İletişim

Bu derste, modernleşme ve modernizm kavramları temelinde modern kapitalist toplumun oluşum evrelerinde iletişim biçimlerinin tarihsel örnekler aracılığıyla tartışılması ve modernleşme kuramları çerçevesinde iletişimin teknolojik ve ideolojik boyutlarının incelenmesi amaçlanmaktadır.

İLT 545 Kültürel Çalışmalar

Kültürel çalışmalar kültür üzerine farklı bakış açılarına odaklanan disiplinlerarası bir alandır. Bu ders kapsamında kültürel çalışmalar yaklaşımı temel kuramsal kökleri ve önemli düşünürleri çerçevesinde tanıtılmakta; kitle iletişim ve kültür, kitle kültürü, popüler kültür, kültürün metalaşması, toplumsal cinsiyet ve alt kültürler, medya temsilleri gibi konular ele alınmakta; ayrıca kültürel çalışmaların temelini oluşturan kimlik, ideoloji, söylem, iktidar ve hegemonya kavramları tartışılmaktadır.

İLT 547 İnsan Kaynakları ve İletişim Yönetimi

Stratejik insan kaynakları yönetimi, küreselleşme, performans değerlendirme, eğitim, çalışanların motivasyonu, ödüllendirme teknikleri, değişim yönetimi gibi konular dersin kapsamı içerisinde ele alınacaktır. Kurumsal iletişimi bir bütün olarak değerlendirebilme ve uygulamalarda yer alabilme becerileri üzerinde durulacaktır.

İLT 549 Kültürel Modernizm

Modernlik nedir? Modern toplumun karakteristikleri. Modernliğin teorik dönüşümü. Modernliği siyasal ve ekonomik dönüşümü. Kültürel modernizmin yükselişi. Üretim, tüketim, iletişim ve yaşam biçimlerindeki yeni görünüm. Modernizm ve postmodernizm tartışmaları. Son dönem teorik yaklaşımları ve düşünürleri. Küresel kültür ve sonuçları.

İLT 551 Sosyal Medya Sosyolojisi

Bu ders, sosyal medyayı sosyolojik bir perspektif çerçevesinde değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Sosyal medyanın tarihsel ve toplumsal gelişimi, sosyal medyanın bireysel ve toplumsal etkileri, sosyal medyanın toplumsal değişimdeki yeri, sosyal medya kullanıcılarının kimlik stratejileri, sosyal medya kullanımının çeşitli sosyolojik nedenleri, sosyal medyada örgütlenme ve toplumsal hareketler, sosyal medyada toplumsal temsil biçimleri, sosyal medya ve siyaset, sosyal medyada gözetim ve mahremiyet, sosyal medyada etik sorunlar ders kapsamında değerlendirilecektir.

İLT 553 Siyasal İletişim Araştırmaları

Siyasal iletişimi tarihsel gelişim süreci içerisinde ana akım ve eleştirel boyutlarıyla ele alarak, günümüzde siyasal iletişim araştırma yöntemleri ve teknikleri hakkında değerlendirmelerde bulunmak.

BAHAR

İLT 502 Görsel Çözümleme Yöntemleri

Aydınlatma; iki boyutta üç boyut yaratma; reklâm çözümlemesi; fotoğraf çözümlemesi; tablo çözümlemesi; görsel örnekler (CD, basılı çalışmalar...); Louis Althusser'in kuramlarının uygulanması; Jacques Lacan'ın kuramlarının görsel malzemelere uygulanması; göstergebilimin uygulanması; mimari; endüstriyel tasarım.

İLT 504 İnternet ve Grafik Tasarım

Photoshop, Freehand, CorelDraw, QuarkXpress grafik programlarında uygulamalı çalışmalar; kurum kimliğinin öğelerinden olan, amblem ve logo tasarım, antetli takımı, broşür, el ilânı, dergi ilânı, afiş, billboard içeriğinin hazırlanmasında dikkat edilecek noktalar; internete yönelik grafik, resim ve logo çalışmaları.

İLT 506 Kitle İletişim Araçları ve Kamuoyu Oluşturma

Kamuoyu kavramının tanımı ve kapsamı; kamuoyu oluşumuyla ilgili klasik ve modern kuramlar; kamuoyu çeşitleri, kamuoyunu besleyen kaynaklar; tutum ve kanaat kavramlarının iletişim açısından önemi; kitle iletişim araçlarının kamuoyu oluşturmadaki rolleri ve etkinlikleri; kitle iletişiminde İki Aşamalı Akış ve Gündem Kurma Kuramları; sosyalizasyon süreci.

İLT 510 Film Çözümlemesi ve Sinema Araştırmaları

Aktif bir film izleme pratiği kazandırma; tartışma ortamı yaratılarak filmleri anlamlandırmak ve okumak konusunda işlerine yarayabilecek anahtar noktaları kavrama; sahneleme, oyuncu ve ışık kullanımı ile yönetmenlerin farklı stil ve yöntemlerinin irdelenmesi; film izleme deneyimlerinin zenginleştirilmesi; izlenen filmlerin yeniden yazma deneyimini sunma; sinema araştırmaları hakkında teorik bilgi kazanımı; Sinema ve TV'de öykülü filmler üzerine araştırma ve incelemeler; senaryo kavramı temelinde, sinemada türlerin tanımlanması ve tarihsel gelişim süreçleri içerisinde tema, konu, karakterler, olay örgüsü ve mekan tasarımlarının incelenmesi; türü temsil eden filmlerin ayrıntılı çözümlemeleri.

İLT 512 Yerel Medya

Yerel medyanın gelişimi konusunda dünyaya bakış; Türkiye'de yerel medya faaliyetleri; bunlarda uygulanan yayın politikalarının incelenmesi; medya çalışmalarının yereldeki yansımaları; yerel kültürün televizyona yansımaları; yerel kuruluşlar ve medya ilişkileri.

İLT 514 Toplumsal Sorunlar ve Medya

Medya ve toplum etkileşimi; sembolik etkileşim kuramı; iletişim kuramları kapsamında medyanın toplum meselelerini ele alışı; kitle iletişimin örgütlenmesi; kitle iletişim araçlarının kamuyu bilgilendirmesi ve yönlendirme biçimi; medyanın siyasal kurumlara etkisi; devletin ideolojik aygıtları; toplumun yeniden üretimi; postmodern anlamda popüler kültür.

İLT 516 Popüler Kültür ve İmaj

Popüler kültür kavramı ve kapsamı; popüler kültürün toplumu etkileme durumları; popüler kültür ürünlerinin yüksek kültür ürünleriyle karşılaştırılması; popüler kültürün yaşam tarzlarını biçimlendirmedeki rolü; tüketim kültürü; popüler kültüre eleştirel yaklaşımlar.

İLT 518 Sinema ve Televizyonda Grafik Tasarım ve Algılama

Grafik ve tasarımdaki algılama ilkelerinin sinema ve televizyona uyarlanması; Gestalt ilkeleri diye bilinen figür-arkaplan ilişkisi; denge; eşbiçimli uygunluk; algısal gruplama; benzeşme-ayrışma ilkelerinin sinema ve televizyon eserlerinde dikkate alınması.

İLT 520 Televizyon Reklamcılığında Yaratıcı Strateji Süreci

Reklamcılıkta yaratıcı görüşler; reklamcılık kurumları, reklam kampanyalarının planlanması, reklam metni yazımı, basılı medya için reklam yaratımı, medya planlama ve seçimi, reklam bütçesi, reklam türleri; metin yazma ilkeleri; taslak yazma ilkeleri; basın araçlarında metin yazma ilkeleri; staryboard; sinopsis; tretman hazırlama; televizyon yayıncılığında metin yazma ilkeleri;

İLT 522 Televizyon ve Sinema'da Sponsorluk

Sponsorluk kültürünün yerleşmesi; temel sponsorluk kavramları ve modern sponsorluk yaklaşımları; sponsorluk yönetimi, sponsorluğun fiyatlandırılması, sponsorluğun duyurumu, sponsorluk etkinliğinin ölçümü ve sponsorluk anlaşması; sponsorluğun televizyon ve sinemada kullanım biçimleri, farklılıklar.

İLT 524 Güzel Konuşma Sanatı (Retorik)

Cümlelerin unsurları; cümle tahlilleri; anlatım ve cümle bozuklukları ve bunların düzeltilmesi; Türk ve dünya edebiyatlarından ve düşünce tarihinden seçilmiş örnek metinlere dayanılarak doğru ve güzel konuşma, yazma uygulamaları; bununla ilgili retorik uygulamalar; doğru nefes alma teknikleri; fonetik diksiyon çalışmaları; beden dilinin doğru kullanımı.

İLT 526 Televizyon ve Sinemaya Eleştirel Yaklaşımlar

Amerikan Pragmatistleri; Frankfurt Okulu Eleştirel Teorisi; Richard Hoggard ve Raymond Williams ile başlayıp devam eden Birmingham Okulu Kültürel Çalışmaları gibi teorik yaklaşımların televizyon ve sinemayla ilgili tespitleri; postmodern eleştirilerin televizyon ve sinemaya yansımaları; sinema ve televizyon alanında postmodern durumlar; popüler kültür, küreselleşme kavramlarının eleştirisi.

İLT 528 Sinemada İzleyici ve Alımlama

İzleyici profilleri; Alımlama Estetiği (Rezenptionsasthctik) çerçevesinde izleyicileri tanımak; Alımlama Estetiğinin tarihsel gelişimi; eleştirel düşünceler; alımlama estetiği bilinci ile sinema filmlerinin yorumlanması.

İLT 530 İkna Kuram ve Stratejileri

İletişim psikolojisi kapsamında ikna kavramı; kitle iletişim araçlarında hedef kitleyi anlama; izleyici-dinleyici beklentilerini algılama; iletişimde ikna etmenin teorik temelleri ve uygulamaları; iletişim stillerinin tanınması, iletişim ve davranış olarak gelişim yöntemleri, iletişim becerilerinin güçlendirilmesi.

İLT 532 Çağdaş İletişim Ortamları

Geleneksel iletişim teknolojileri; yeni iletişim teknolojilerine gereksinim duyulmasının nedenleri; geçiş dönemi televizyon teknolojileri; sayısal televizyon; iletişim uyduları; veri yayını; etkileşimli televizyon yayınları; internet televizyonu; kablolu televizyon, telekonferans; video konferans; sanal stüdyo; bilgi türleri ve özellikleri; yeni iletişim kanalları.

İLT 534 Uluslararası Televizyon Yayıncılığı

Televizyon yayıncılığının tarihsel gelişimi, genel ve özel özellikleri, teknikleri; uluslararası yayıncılık özellikleri, ilkeleri, örgütlenmeleri, yayın özellikleri, hedefleri; izleyici araştırmaları ile dünya ve Türkiye'de yayıncılığın karşılaştırılması; günümüzde yasal, program ve teknik özellikleri ve durumları.

İLT 536 Masaüstü Yayıncılık

Masaüstü yayıncılıkta kullanılan donanımlar ve özellikleri; masaüstü yayıncılıkta kullanılan çoklu ortam yazılımları; sayfa tasarımı; masaüstü yayıncılık sistemlerinde baskı alma ve çoğaltma teknikleri; renkli sayfaların tasarım ilkeleri; masaüstü yayıncılıkta maliyet analizleri.

İLT 538 Televizyon ve Popüler Kültür

Popüler kültür, çerçeve, tanımlar, tarihçe; dünyada ve Türkiye’de popülerliğin yaşama daha oluş süreci; günümüzde popüler kültürün unsurları; televizyon izleyicileri hakkında bu alanda yapılan çalışmaların analizi; popülerliğe getirilen eleştirel yaklaşımlar.

İLT 542 Medya Çalışmaları ve İdeoloji

Medya çalışmaları alanındaki ideoloji tartışmaları çerçevesinde ideolojinin gerçeklikle, bilinçle, ekonomik altyapıyla, seçkinlerle, dille, özneye ve hegemonyayla kurduğu ilişkiler ele alınmakta; ideoloji tartışması, olgusal gerçeklik ve bu gerçekliğin medyadaki temsili arasındaki farklar ekseninde yürütülmekte ve gerçekliğin medya tarafından nasıl dönüştürüldüğü konusuna odaklanılarak medya ve ideoloji ilişkisi incelenmektedir.

İLT 544 Küreselleşme, Toplumsal Sınıflar ve Medya

Bu derste, küresel neo-liberalizm sürecindeki sınıfsal sorunların temel niteliği, toplumsal sınıfların medyada nasıl temsil edildiği ve küreselleşme sürecinde sınıf kimliğinin konumu ele alınacaktır. Toplumsal sınıfların medyada temsilinin ekonomi-politik bir perspektifle tartışılması amaçlanmaktadır.

İLT 546 Türkiye’de Siyasal İletişim Kampanyaları

Bu ders siyasal iletişimi ve siyasal iletişim kampanyalarını Türkiye tecrübesinde değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Siyasal iletişim olgu ve süreçleri, siyasal iletişimde kullanılan temel stratejiler, siyasal iletişimin seçimlere etkileri, seçmen davranışını etkileyen faktörler, siyasal iletişimde kullanılan temel ikna teknikleri ders kapsamında ele alınacaktır. Türkiye’nin çok partili demokrasiye geçişiyle birlikte yapılan yerel ve genel seçimler incelenecek, siyasi partilerin geçmişten günümüze uyguladığı seçim kampanyaları ve siyasal iletişimin Türkiye’de geçirdiği paradigma değişimi, örnekler üzerinden ele alınacaktır.

İLT 548 Yeni İletişim Teknolojileri

Kitle iletişim araçları teknolojik gelişmelere paralel olarak değişmekte ve gelişmektedir. İnternetin ise kitle iletişim araçları arasında özel bir yeri bulunmaktadır. Derste iletişim teknolojilerinde var olan değişim ve gelişmeler; teknolojik, toplumsal gelişmeler ve iletişim alanında yaşanan değişimlerle beraber ele alınacaktır.

İLT 550 Türkiye’nin Kültürel Modernleşmesi

Osmanlı geleneksel toplum yapısı. Osmanlı’da kültürel modernleşme süreçleri: Nedenler ve sosyolojik sonuçları. Cumhuriyetin kültür vizyonu ve kültür politikaları. Tek parti döneminde sosyo-kültürel yaşam. 1980 öncesinde Sosyo-kültürel yaşam. Yeni sosyo-ekonomik değişimler ve 1980’den sonra sosyo kültürel yaşam. 2000’lerin Türkiye’si: politika, ekonomi, yeni teknolojiler ve yeni eğilimler.

İLT 552 Tüketim Toplumu ve Medya

Bu ders kapsamında tüketim toplumu ve kültürünün sosyolojik bakış açısıyla incelenmesi ve medyanın tüketim kültürünün oluşmasında ve yaygınlaşmasında oynadığı rolün açıklanması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda tüketim teorileri, tüketim toplumunun doğuşu ve gelişimi, tüketim toplumu ile kimlik, moda, boş zaman ve alışveriş merkezleri arasındaki ilişkiler incelenecektir. Tüketim toplumu ve medya ilişkisi; medya ürünleri çerçevesinde ele alınacaktır.

FALL

	T	P	K
İLT 501 Basic Issues of Mass Communication Process	3	0	3
İLT 503 Research Methods in Communications	3	0	3
İLT 505 Communications Theories	3	0	3
İLT 507 The Informatics Technologies and The Media	3	0	3
İLT 509 Television Broadcasting by Satellite	3	0	3
İLT 511 Ethics in Visual and Auditory Communication Process	3	0	3
İLT 513 İnternet and The Art of Video	3	0	3
İLT 515 İnternet Advertising	3	0	3
İLT 517 Semiotics	3	0	3
İLT 519 Basic Components of Visual Design	3	0	3
İLT 521 Visual Communications and Iconology	3	0	3
İLT 523 Cinema and Body Language	3	0	3
İLT 525 Creativity in Visual Design	3	0	3
İLT 527 Interculturel Communication	3	0	3
İLT 529 Visual Culture and Ideology	3	0	3
İLT 531 Visual Media Reporting	3	0	3
İLT 535 Documentary Films	3	0	3
İLT 537 Media Politics	3	0	3
İLT 539 Audience Research	3	0	3
İLT 541 The Political Economy of Media	3	0	3
İLT 543 Modernism and Communication	3	0	3
İLT 545 Cultural Studies	3	0	3
İLT 547 Human Resources and Communication Management	3	0	3
İLT 549 Cultural Modernizm	3	0	3
İLT 551 Social Media Sociology	3	0	3
İLT 553 Political Communication Research	3	0	3
İLT 597 Seminar	0	2	1
İLT 599 Thesis	0	0	0
İLT 701 Lecture on Specialized Field	6	0	0

SPRING

İLT 502 Visual Analysis Methods	3	0	3
İLT 504 İnternet and Graphical Design	3	0	3
İLT 506 Mass Media and Creating Public Opinion	3	0	3
İLT 510 Film Analysis and Cinema Researches	3	0	3
İLT 512 Local Media	3	0	3
İLT 514 Social Issues and Media	3	0	3
İLT 516 Popular Culture ve Image	3	0	3
İLT 518 Graphical Design and Perception on Cinema and TV	3	0	3
İLT 520 Creative Strategy Process in Television Advertisements	3	0	3
İLT 522 Sponsorship in Television and Cinema	3	0	3
İLT 524 Rhetoric	3	0	3
İLT 526 Critical Approaches About Cinema and Television	3	0	3
İLT 528 Audience in Cinema and Perception	3	0	3
İLT 530 Persuasion Theories and Strategies	3	0	3
İLT 532 Contemporary Communication Environments	3	0	3
İLT 534 International Television Broadcasting	3	0	3
İLT 536 Desktop Publishing	3	0	3
İLT 538 Television and Popular Culture	3	0	3
İLT 540 Data Analysis For the Social Science (Çıkarılacak Ders)	3	0	3
İLT 542 Media Studies and Ideology	3	0	3
İLT 544 Globalization, Social Classes and Media	3	0	3
İLT 546 Political Communication Campaigns in Turkey	3	0	3
İLT 548 New Communication Technologies	3	0	3
İLT 550 Cultural Modernization Of Turkey	3	0	3
İLT 552 Consumer Society and Media	3	0	3
İLT 597 Seminar	0	2	1
İLT 599 Thesis	0	0	0
İLT 702 Lecture on Specialized Field	6	0	0

CONTENTS OF THE COURSES

FALL

İLT 501 Basic Issues of Mass Communication Process

The terms such as mass media source, message, media channels and target groups; the process of mass communication. The factors effecting the mass communication. Medium and feedback. The differences between source and the target; socio-cultural differences, the language barriers. The wrong choices of, misunderstandings of symbols, wrong interpretations of language actions.

İLT 503 Research Methods in Communications

Critical analysis of approaches an mass culture; content analysis according to media studies; discourse analysis, semiotics, psychological analysis, methodology and techniques in research projects.

İLT 505 Communications Theories

The transdisciplinary qualities of communications sciences and information sciences; arguments in terms of history, biology, sociology, nature, culture, technology, economy. The dominant point of views about mass communications theories.

İLT 507 The Informatics Technologies and The Media

History of radio, television, internet, wireless television, satellite broadcasting and digital broadcastings; uses of studio equipments; the developments on mass communications sector by advanced technology; the changes of communication codes by new Technologies.

İLT 509 Television Broadcasting by Satellite

Wireless communications types; connections of radio and television, satellite broadcasting in teh world, satellite broadcasting in Türkiye, the effects of satellite broadcasting on public, extensity of satellite broadcasting, types of satellites, GSM and satellite telephones.

İLT 511 Ethics in Visual and Auditory Communication Process

The concept of ethics; arguments on the contents of visual and auditory messages; objectivity, true and fair broadcasting; the liberty of getting news and information., the matter of involvement to the private life; the source of the news, negative effects of media on the child development, news about accuseds.

İLT 513 Internet and The Art of Video

Video broadcasting on internet basic requirements of producing a video, video techniques, basic qualities of internet broadcasting, internet users, the video viewing habits of the target groups on internet, the reasons fort he websites to be preferred on internet which are broadcasting videos, the contents of the video sharing sites.

İLT 515 Internet Advertising

The qualification of using internet as a technology, internet users, generally yhe consumer characteristics and preferences, consumer behaviors in the new communication environment, the internet;positioning the advertisements in internet, conspicuousness of internet advertisements, the relation between the content of internet website and the advertisement, animation in advertisements.

İLT 517 Semiotics

The definition, history and the types of semiotics, terms about semiotics, art and semiotics in postmodern contemporary world, the semiotic analysis method, the relations of radio television, cinema, internet and semiotics.

İLT 519 Basic Components of Visual Design

Art elements and Fundamentals, components of visual design, balance, proportion, integrity, visual hierarchy, graphical design on television, graphical design on internet.

İLT 521 Visual Communications and Iconology

Information transaction with images, visual communication elements; the description, qualities, effects and usage areas of icon; typography, graphics, cartoons, comics, motion, form; television and computer images; visual communication in the context of individualistic, historical, technical, ethical, cultural and critical.

İLT 523 Cinema and Body Language

Acting in cinema; how should director guide the actors and actresses; using body language according to the scenes; interpretation of the correlation between the body language and the created situations. The art of creating meanings by body language; semantic dimension of jests and mimics and body postures.

İLT 525 Creativity in Visual Design

Art elements and principles; elements of visual design; composing skills; the criteria of creativity in visual design.

İLT 527 Intercultural Communication

How different cultures communicate by the mass media, the positive and negative effects of cultural differences; globalization and intercultural interaction; the role of internet, television and cinema in intercultural communication; critics on globalization; new social environments and self innovation.

İLT 529 Visual Culture and Ideology

Studying on and comparing the different fields of visual environment and production which is an important source of the daily experiments, culture and media; the relations in between the audiences and the visual culture under the frame of individual and society; the styles of ideologies in using the visual cultural components to influence the groups; the efficiency of visual communication in imposing the ideology.

İLT 531 Visual Media Reporting

Reporting for televisions by advanced Technologies; techniques of topic choice, evaluating, research and type, preparing visual news; ethics on preparing visual news; importance of mass communication law; journalism techniques on internet; rules for reportage on visual media.

İLT 535 Documentary Films

The history of documentary cinema films; analyzing the films analytically and critically; critical perspectives about history of documentary film making in different cultural, political and social environments. Analyzing and comparing American, European and Turkish documentary Works.

İLT 537 Media Politics

Broadcasting politics of media owners; media and ideology concepts, investigating the relation between media and ideologies; the occurrences in media sector in the light of social and political events in Türkiye; law about press; censor; public broadcasting; RTÜK; situation of advertisements; protecting the royalty.

İLT 539 Audience Research

By defining the audience in the media since the beginning of the course communication studies, to determine the role and position of the viewer and viewer-oriented work tackles

İLT 541 The Political Economy of Media

This course aims to gain a critical perspective on the political economy approach to the media. This course covers the basic concepts of political economy, the historical basis of the political economy approach. Moreover, in this course, it is discussed the contributions of this theory to the media and communications field, and it is analysed various studies based on political economy approach.

İLT 543 Modernism and Communication

Under this course, it is aimed to discuss the development process of mass media in the basis of modernism theories in the capitalist societies. Also, it is dealt with the modernism and modernity concept and the role of the mass media in modernism process.

İLT 545 Cultural Studies

Cultural Studies today is a diverse, interdisciplinary field focusing on diverse perspectives on culture. In this course, cultural studies approach is introduced in the framework of its intellectual roots and influential thinkers; mass communication and culture, mass culture, popular culture, the commodification of culture, gender and subcultures are discussed. Also, certain concepts underlying of the basis of the cultural studies such as media representations, identity, ideology, discourse, power, and hegemony are dealt.

İLT 547 Human Resources and Communication Management

Strategic human resource management, globalization, performance evaluation, training, motivation of employees, compensation techniques, issues such as change management will be handled within the scope of the course. The assessment of corporate communications as a whole and to take part in practice will focus on skills

İLT 549 Cultural Modernism

What is modernism? Characteristics of modern society. Theoretical transformation of modernism. Politic and economical transformation of modernism. The rise of cultural modernism. New aspects in production, consumption, communication and life styles. Modernism and postmodernism discussions. Theoretical approaches and thinkers of last period. Global culture and it's consequences.

İLT 551 Social Media Sociology

This course aims to approach to the social media with sociological perspective, in the course; historical and social development of social media, individual and social effects of social media, significance of social media in social change, the identity strategies of social media users, various sociological causes of social media usage, organization in social media and social movemnets, forms of social representation in social media, social media and politics, surveillance and privacy in social media, ethical issues in social media will be investigated.

İLT 553 Political Communication Research

Considering the political mainstream and critical dimensions of communication in the process of historical development, present and evaluate research on political communication methods and techniques.

SPRING

İLT 502 Visual Analysis Methods

Lighting; creating three dimensions in two dimensions; advertisement analysis; photograph analysis; table analysis; visual samples (CDs, pressed studies...); applying Louis Althusser's theories; adapting Jacques Lacan's theories into the visual materials; applying semiotics.

İLT 504 Internet and Graphical Design

Applicable studies by photoshop, Freehand, CorelDraw, Quark-Xpress; design of emblem and logo as important elements of company identity; basic Fundamentals in preparing letterhead sets, brochures, handbills, magazine ads, posters, billboards; graphic, Picture and logo Works intended for internet.

İLT 506 Mass Media and Molding Public Opinion

Definition and the content of public opinion; classical and modern theories on public opinion molding; types of public opinion, the sources feeding the public opinion; the importance of the concepts 'attitude' and 'opinion' in terms of communication; roles and efficiency of mass media in molding the public opinion;

İLT 510 Film Analysis and Cinema Researches

Direct students to gain an active film watching habit; discuss about the films, to explain the meanings; comparing the various screening, acting and light using styles of different directors; gaining theoretical knowledge about cinema researches; analysis of film in details of topic, theme, plot and place and examining the films which presents the sort of the film.

İLT 512 Local Media

View of the local media in the world; local media activities in Türkiye; examining the broadcasting politics in local media sector; reflections of media Works in local; reflection of local culture on television; relations between local corporations and media.

İLT 514 Social Problems and Media

Interaction between media and society; the symbolic interaction theory; how media deals with the social issues under the frame of communication models; mass media organizing; the style of mass media in informing and orienting the public; the effect of media on political establishments; the ideological appliances of the government; reproduction of the society; popular culture in the sense of postmodernism.

İLT 516 Popular Culture and Image

The concept of popular culture and the content of it; the fact how the popular culture effects the society; comparing the popular culture productions with the high culture productions; the role of the popular culture in forming the life styles; consuming culture; critical approaches against popular culture.

İLT 518 Graphical Design and Perception on Cinema and Television

Adapting the principles of perception of graphics and design onto the cinema and television; figure and background relations known as Gestalt principles; balance; isomorphic harmony; perceptual grouping; considering the assimilation- decomposition principles in cinema and television.

İLT 520 Creative Strategy Process in Television Advertisements

Creative view in advertising, advertisement corporations, planning the advertisement campaigns, copywriting, creating ads for press media, media planning, advertisement budget, advertisement types, principles of copywriting, principles of preparing storyboard, synopsis, treatment.

İLT 522 Sponsorship in Television and Cinema

Establishment of sponsorship culture; basic sponsorship concepts and modern sponsorship approaches; directory of sponsorship, pricing the sponsorship, announcing the sponsorship, styles and differences of sponsorship on television and cinema.

İLT 524 Rhetoric

Elements of the sentences; analysis of sentences; fixing the ambiguities; applications of true and fair writing and loud reading regarding the classical from Turkish and world literature, techniques of correct breathing, phonetic diction applications.

İLT 526 Critical Approaches About Cinema and Television

American Pragmatists, Frankfurt School Critical Theory; reflection of postmodern critics on television and cinema, such as Richard Hoggard and Raymond Williams from Birmingham School, postmodern situations; critics of the concepts as popular culture, globalization.

İLT 528 Audience in Cinema and Perception

Audience profiles; learning about the audiences under the frame of perception esthetics (Rezeptionsästhetik), history of perception esthetics, critical thoughts, interpreting the cinema films regarding the perception esthetics.

İLT 530 Persuasion Theories and Strategies

Term of persuasion in the context of communication psychology; understanding the target groups of mass media; perceiving the expectations of audiences; theoretical bases and applications of persuading by mass media; learning the communication styles; strengthening the communication skills.

İLT 532 Contemporary Communication Environments

Traditional communication technologies, the reasons of the requirements for the advanced communication technologies; television Technologies in the transitional period; communication satellites, cabled television, teleconference, video conference, virtual studio, forms and specialities of information, the new communication channels.

İLT 534 International Television Broadcasting

The history of development television broadcasting; the general and particular specialities of television broadcasting; international broadcasting specialities and principles, the organizations of international broadcasters, the goals of them, comparing the world wide broadcasts and the national broadcasts, the situation of international broadcasting today in the sense of program techniques.

İLT 536 Desktop Publishing

Facilities and equipments used in the desktop publishing, multimedia software used in desktop publishing, page design, pressing and copying techniques, principles of colorful page designing, cost analysis in desktop publishing.

İLT 538 Television and Popular Culture

Popular culture, frame, definitions, history the process of popularity joining the life styles in the world and Türkiye, facts of popular culture in today's world, analysis of studies on this field about the television viewers, critical approaches on popularity.

İLT 542 Media Studies and Ideology

Under this course, the ideology concept is dealt with in the framework of media studies, and it is discussed through certain concepts such as consciousness, economic infrastructure, language, and the subject and hegemony. Ideology discussion is based on the differences between the factual reality and its representation in the media. It is also focused on how this fact is transformed by the mass media and the media and ideology relationship through the various examples.

İLT 544 Globalization, Social Classes and Media

In this course, the core nature of the class-based issues in the global neo-liberalism process, the representation of the social classes in the media and class identity in the globalisation process are discussed. It is aimed to examine how the social classes are represented in the media through the political-economy perspective.

İLT 546 Political Communication Campaigns in Turkey

This course aims to approach to political communication and political communication campaigns under Turkey's experience. Phenomenon and processes of political communication, the main strategies used in political communication, effects of political communication in elections, factors affecting voter behavior. The main techniques of persuasion using in political communication will be examined in this course. Local and general elections which performed with the transition to multiparty democracy in Turkey will be examined, the election campaigns of political parties applied form past to present to present and paradigm shift of political communication in Turkey will be discussed through examples.

İLT 548 New Communication Technologies

This course will be discussed in communications and technology concepts. Technological determinism, symptomatic technology, social determination of technology and the social construction of technology approaches will be discussed. It is also intended to ensure that students understand the new communication technologies and features.

İLT 550 Cultural Modernization of Turkey

Traditional society structure of ottoman. Cultural modernization processes in Ottoman: reasons and it's results. Cultural vision and cultural policy. Socio-cultural life in period of one-party. Socio-cultural life, before 1980. New socio-economic changes and Socio-cultural life, after 1980. Turkey in teh 2000 s: policiy, economy, new Technologies and new triends.

İLT 552 Consumer Society and Media

In this course, aims to explain that consumer society and culture with the sociological perspective and the role of media on the formation and spread of consumer culture. In this context; consumption theories, the birth and development of the consumer society; connection of identity, fashion, spare time and shopping centers with consumer society will be examined. Consumer society and media relations will be discussed in the framework of media products.