

**HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü**  
**Siy. Bil. ve Kamu Yön. ABD (Bölümü) Siyaset Bilimi Tezsiz YL Programı**

**“Sosyoloji Yaşamdır: Yaşamın anlaşılması, tasarlanması ve geleceğin şekillendirilmesidir” Ali ÇAĞLAR**

**“The sociologist is a person who endlessly, shamelessly and intensively interested in the doings of people” Peter BERGER**

**“Bilim insanı, her zaman, her yerde ve herkesten öğreneceği bir şeyler olduğunun bilincinde olan kişidir” Ali ÇAĞLAR**

**“Uygar olmak; doğayı bütün canlılarıyla birlikte kabullenmek, sevmek ve korumakla başlar” Ali ÇAĞLAR**

**“Okumak insanlaştıır” Ali ÇAĞLAR**

**Ders Adı: SKB 641: Siyaset ve Medya**

**Dönem:** 2020 Akademik Yılı Bahar Dönemi

**Ders Sorumlusu:** Ali ÇAĞLAR, [acaglar@hacettepe.edu.tr](mailto:acaglar@hacettepe.edu.tr) – [www.alicaglar.net.tr](http://www.alicaglar.net.tr)

**Açıklama:** Bu ders programı, Hacettepe Üniversitesi İİBF Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Siyaset Bilimi Tezsiz Yüksek Lisans Programı öğrencileri için hazırlanmış olup, adı geçen dersin dönem boyunca işlenmesi hakkında öğrencileri bilgilendirmeyi amaçlamaktadır. Ders için, öğrencilerin verilen kaynaklardan okumalarını yapmaları ve derse hazırlıklı gelmeleri gerekmektedir.

**Dersin İşlenme Biçimi:** Dönem boyunca işlenecek ders konuları ve tartışma başlıkları aşağıda verilmiştir. Derse devam zorunludur. Dönem boyunca toplam dört hafta derse devam etmeyen öğrenci bu dersten başarısız sayılır. Her öğrencinin verilen okumayı yapması, derse hazırlanarak gelmesi ve tartışmalara aktif olarak katılması beklenir. Ayrıca her öğrencinin önerilen konulardan birisi hakkında bir dönem ödevi hazırlaması gerekmektedir. Dönem sonu öğrenci değerlendirmesi; derslerdeki tartışmalara katılım, ara sınavı (35) ile ödev sunuşu ve son metni (final sınavı -65- yerine) üzerinden alınacak notlar ile yapılacaktır.

**Not:** Ödevler, kapsamlı bir literatür taraması içeren araştırmaya dayalı olacak ve sadece belirli kaynaklardan metin aktarma biçiminde olmayacaktır. Alıntılar ise kurallara uygun şekilde olmalıdır (İntihal ödevler kabul edilmez ve intihal yaptığı tespit edilen öğrenci dersten başarısız olur). Kendi konusu ile ilgili akademik analizler içerecek ve buradan belirli sonuçlara ulaşmaya çalışılacaktır. Herhangi bir sayfa sınırlaması yoktur. Önemli olan, seçilen konunun bir bütünlük içinde ele alınıp işlenmiş olmasıdır. İlk haftadan itibaren ödev çalışmalarının başlatılması önerilmektedir.

**ÖDEVE İLİŞKİN AÇIKLAMA:** Her öğrencinin; ödev olarak aldığı konuyu her yönü ile anlatan bir sunum hazırlaması, sunması ve dönem sonunda o sunumunu bilimsel bir makale formatında hazırlayıp teslim etmesi gerekmektedir.

**Ödev Son Teslim Tarihi:** Öğrencilerle birlikte dönem sonuna doğru belirlenecektir.

### **DÖNEM PROGRAMI**

**KONU I: -TANIŞMA, DERS HAKKINDA ÖĞRENCİLERİN BİLGİLENDİRİLMESİ (Ders Programı, Dersin İşlenme Biçimi, Ödev, Sınav, Değerlendirme) VE DERSE GİRİŞ**

**KONU II: TOPLUM (Birey, Sosyalleşme, Rol, Statü, İşbölümü, Uzmanlaşma, Çatışma, Sorunlar) VE TOPLUMSAL YAPI**

**KONU III: MEDYA – KAVRAMSAL ANALİZ, İLETİŞİM, KİTLE İLETİŞİMİ VE SİYASAL İLETİŞİM, DEMOKRASİ – DEMOKRASİNİN IV.cü KUVVETİ OLARAK MEDYA - (Okuma malzemesi sağlanacaktır)**

**KONU IV: SİYASAL PROPAGANDA – ALGI YÖNETİMİ (Okuma malzemesi sağlanacaktır)**

**KONU V: REKLAM, REKLAMCILIK VE REKLAMCILIĞIN TOPLUMSAL İŞLEVİ - SORUMLULUĞU - (Okuma malzemesi sağlanacaktır)**

**KONU VI: SİYASAL REKLAM, SİYASAL PAZARLAMA VE TÜRKİYE’DE SİYASAL REKLAMCILIK - (Okuma malzemesi sağlanacaktır)**

### **KONU VII: ÖDEV KONUSU VE SUNUŞLARI**

- |                                      |                                                 |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------|
| 1. Türkiye’de Televizyon Haberciliği | 6. Demokrasi ve Medya                           |
| 2. Türkiye’de Gazete Haberciliği     | 7. İnternet Haberciliği ve İnternet Yayıncılığı |
| 3. Algı Yönetimi                     | 8. Siyasal Reklam ve Pazarlama                  |
| 4. Siyasal Partiler ve İşlevleri     | 9. Propaganda ve Beyin Yıkama                   |
| 5. Sosyal Medya                      | 10. İnternet ve Ticaret                         |

## KONU VIII: GENEL DEĞERLENDİRME – DERSİ SONA ERDİRME

### İLGİLİ KAYNAKLAR LİSTESİ

- Çağlar, Ali (2017) “Medya ve Siyaset”, ic. **Dunyada ve Türkiye’de Siyasetin Sosyolojik Temelleri**, (eds. Durmus Ali Arslan ve Mustafa Caglayandereli), (with Taylan Can Doganay), İst.: Paradigma Akademi, Eylül 2017, s.213-250.
- Toksöz, Oya (2014) **Siyasal İletişimi Anlamak**, Ankara: İmge Kitapevi.
- Toksöz, Oya (2010) **Seçimler, Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim**, Ankara: İmge Kitapevi.
- Köker, Eser (1998) **Politikanın İletişimi İletişimin Politikası**, Ankara: Vadi Yayınları.
- Mcnair, Brian (2011) **An Introduction to Political Communication**, London: Routledge.
- Kaya, A. Raşit (1985) **Kitle İletişim Sistemleri**, Ank.: Teori Yayınları. Bölüm: I, II -s.1-66.
- McQuail, Denis (1990) **Mass Communication Theory:An Introduction**, London: Sage Publ., Chapters: 3, 4, 8.
- Cereci, Sedat (1996) **Televizyonun Sosyolojik Boyutu**, İst.: Şule Yayınları, s.11-28.
- Çaplı, Bülent (1995) **Televizyon ve Siyasal Sistem**, Ank.: İmge Kitabevi, Bölüm I, II, III., s. 11-91.
- Akdoğan, Yalçın (1995) **Görsel İktidar**, İst.: İnsan Yayınları, Giriş, Bölüm I, II.
- Güz, Nükhet (1996) “Açık Toplum, Demokrasi ve Kitle İletişim Araçları”, **Yeni Türkiye**, Yıl:2, Sayı:11, s.669-676.
- Kaplan, Yaşar (1996) “Medya, Devlet ve Demokrasi”, **Yeni Türkiye**, Yıl:2, Sayı:11, s.720-729.
- Brown, J. A. C. (1992) **Siyasal Propaganda**, (Çv. Yusuf Yazar), İst.: Ağaç Yayıncılık Ltd. Şti.
- Domenach, Jean-Marie (1995) **Politika ve Propaganda**, (Çv. Tahsin Yücel), İst.: Varlık Yayınları.
- Chomsky, Noam (1993) **Medya Gerçeği** (Çv. Abdullah Yılmaz), İst.: Tüm Zamanlar Yayıncılık:18, s. 11-282.
- Taş, Oktay ve Tarık Z. Şahım (1996) **Reklamcılık ve Siyasal Reklamcılık**, Ank.: Aydoğdu Ofset. Bölüm: 11.
- Güneş, Sadık (1996) “Medya ve Siyasal Bilgilenme”, **Yeni Türkiye**, Yıl:2, Sayı:11, s.803-825.
- Mattelart, Armond (th.siz) **Reklamcılık**, (Çv. Fatoş Ersoy), İst.: İletişim Yayınları.
- Taş, Oktay ve Tarık Z. Şahım (1996) **Reklamcılık ve Siyasal Reklamcılık**, Ank.: Aydoğdu Ofset. Bölüm: 1, 3, 4, 5.
- “Reklamın Toplumsal Sorumluluğu”, **Medicat**, Yıl:5, Sayı:34, Kasım 1997, s.7-31.
- “Reklamın Reklamını Yapmak?”, **Medicat**, Yıl:5, Sayı:31, Ağustos 1997, s.8.
- Özdemir, A. Gündüz (1997) “Reklamların Bilimsel Temellere Dayandığını İddia Etmek Zor ...”, **Medicat**, Yıl:5, Sayı:31, Ağustos 1997, s.27.
- Gürgen, Haluk (1996) “Reklama Nasıl Bakalım?”, **Yeni Türkiye**, Yıl:2, Sayı:11, s.432-436.
- Topuz, Hıfzı (1991) **Siyasal Reklamcılık**, İst.: Cem Yayınevi.
- Bongrand, Michel (1992) **Politikada Pazarlama**, (Çv. Fatoş Ersoy), İst.: İletişim Yayınları.
- Tuncer, Erol (1996) **24 Aralık 1995 Milletvekili Genel Seçimi: Sayısal ve Siyasal Değerlendirme**, Ank.: TESAV Yayınları No:11.
- Erinc, Orhan (1996) **Medya ile Politika**, İst.: Çağdaş Yayınları.
- Taş, Oktay ve Tarık Z. Şahım (1996) **Reklamcılık ve Siyasal Reklamcılık**, Ank.: Aydoğdu Ofset. Bölüm: 1, 4, 5,9, 10, 12.
- Mutlu, Erol (1996) “Medyakrasi, ve Demokrasi: Refahyol’un Medyatik Hikayesi”, **Yeni Türkiye**, Yıl:2, Sayı:11, s.679-699.
- İrvan, Süleyman (1996) “Medya ve Domkrasi”, **Yeni Türkiye**, Yıl:2, Sayı:11, s.730-735.
- Şimşek, N.M. Cinman (1996) “İletişim, Hakla İlişkiler ve Siyasal Kültür”, **Yeni Türkiye**, Yıl:2, Sayı:11, s.740-755.
- Uslu, Z. Karahan (1996) “Siyasal İletişim ve 24 Aralık 1995 Genel Seçimleri”, **Yeni Türkiye**, Yıl:2, Sayı:11, s.790-802.
- Avşar, B. Zakir (1996) “Türk Seçmeninin Medya Tercihi”, **Yeni Türkiye**, Yıl:2, Sayı:11, s.826-843.
- Uztuğ, Ferruh (1996) “Siyasal Kampanya Planlamasında Pazar Yaklaşımı (Siyasal Pazarlama)”, **Yeni Türkiye**, Yıl:2, Sayı:11, s.844-853.
- Asna, Alaeddin (1996) “Kamuoyunun Oluşumunda Kitle İletişim Araçları”, **Yeni Türkiye**, Yıl:2, Sayı:11, s.854-859.
- Polat, Veli (1996) “Medyatik Lider ve Medyatik Seçim Kampanyaları”, **Yeni Türkiye**, Yıl:2, Sayı:11, s.860-863.
- Atabek, Nejdett (1996) “Kamuoyu: Basında Kamuoyu Araştırmaları”, **Yeni Türkiye**, Yıl:2, Sayı:11, s.864-863.
- Şimşek, N.M. Cinman (1996) “Refah Partisi’nde Halkla İlişkiler ve Reklam”, **Yeni Türkiye**, Yıl:2, Sayı:11, s.874-880.
- Sağnak, Mehmet (1996) **Medya-Politik**, İst.: Eti Kitapları.
- Baran, A. Görgün (1997) **İletişim Sosyolojisi**, Ank.: Afşaroğlu Matbaası.
- Cotteret, Jean-Marie ve Claude Emeri (th.siz) **Seçim Sistemleri**, İst.: İletişim Yayınları.
- Zillioğlu, Merih (1996) **İletişim Nedir?**, İst.: Cem Yayınevi.
- Schlesinger, Philip (1994) **Medya, Devlet ve Ulus: Siyasal Şiddet ve Kollektif Kimlikler**, (Çv. Mehmet Küçük), İst.: Ayrıntı Yayınları.
- Taş Oktay (1993), **Uygulamalı Gazete Yayınlama Tekniği**, Ank.: Makro Ltd. Şti. Yay. No:4.
- Schiller, Herbert I. (1992) **Mass Communications and American Empire**.Boulder: Westview Press.
- Siune, Karen and W. Truetzschler (eds.) (1992) **Dynamics of Media Politics**.London: sage Publications.

**NOT:** Ayrıca Mülkiyeliler Birliği Vakfı Aylık Siyasal Araştırma Raporları

*İyi ve verimli bir dönem geçirmeniz dileğiyle, hepinize başarılar...*