İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CO-E 514	Görsel Kültür	1	3	0	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Bu ders, görsel kültürü sanat tarihi, görsel antropoloji ve iletişim bilimlerinin kesişiminde, zaman, mekân ve beden ekseninde ele alır. Görsel ve işitsel imgelerin yalnızca temsil biçimleri değil, aynı zamanda duyuları harekete geçiren, anlam üreten ve atmosferler inşa eden kültürel pratikler olduğu yaklaşımından hareket eder. Gündelik yaşamdan sanat pratiklerine, popüler kültürden dijital medyaya uzanan örnekler üzerinden görme, işitme ve bedensel deneyimin toplumsal ve kültürel boyutları incelenir. Mekânların, nesnelerin, imgelerin, seslerin ve bedensel jestlerin belirli duygulanımları ve deneyim biçimlerini nasıl şekillendirdiği tartışılır. Dersin temel odaklarından biri, atmosferlerin güncel pazarlama iletişimi, marka kimliği ve reklam stratejilerinde nasıl üretildiğini ve kullanıldığını anlamaktır. Görsel-işitsel analizler ve uygulamalar aracılığıyla öğrencilerin imgeleri eleştirel biçimde çözümleme, duyusal deneyimleri yorumlama ve atmosfer tasarımının iletişimsel olanaklarını değerlendirme becerileri geliştirmeleri amaçlanır.
İçerik	Ders kapsamında görsel temsilin tarihsel dönüşümü, gündelik hayatın görsel kültürü, mekânın duyusal ve kültürel kuruluşu, beden dili ve jestler, görsel-işitsel anlatılar, ses ve imge ilişkisi, dijital kültürde görsel deneyim ve atmosferlerin üretimi ele alınır. Sanat eserleri, fotoğraf, sinema, reklam filmleri, marka iletişimi ve dijital medya örnekleri üzerinden görsel ve işitsel unsurların duyuları, duyguları ve tüketici deneyimini nasıl biçimlendirdiği tartışılır. Dersin uygulama boyutunda öğrenciler, güncel pazarlama, marka ve reklam stratejilerinde atmosferlerin nasıl tasarlandığını görsel-işitsel analizler ve yaratıcı çalışmalar aracılığıyla araştırır.
Kaynaklar	Mirzoeff, N. (2013). An Introduction to Visual Culture (3rd ed.). Routledge. Pink, S. (2015). Doing Sensory Ethnography (2nd ed.). SAGE. Böhme, G. (2017). The Aesthetics of Atmospheres. Routledge. Goffman, E. (1959). The Presentation of Self in Everyday Life. Doubleday. Kotler, P. (1973). Atmospherics as a Marketing Tool. Journal of Retailing, 49(4), 48–64.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Görsel Kültüre Giriş: Görme, temsil ve görsel kültürün temel kavramları
2	İmgelerin Tarihi: Sanat tarihi, görsel temsil ve imgelerin toplumsal dolaşımı
3	Gündelik hayat, kültürel pratikler ve görsel anlatılar
4	Bellek, nostalji ve görsel deneyim
5	Mekânın Görsel ve Duyusal Kuruluşu: Mimari, kent, iç mekân ve atmosfer
6	Beden dili, kimlik ve toplumsal etkileşim
7	Görsel-işitsel kültür, müzik, ses tasarımı ve duyusal anlatı
8	Mekân, nesne, beden ve imgeler aracılığıyla atmosfer üretimi
9	Sinema ve Reklamda Atmosfer Tasarımı
10	Marka estetiği, duyusal markalama ve deneyim tasarımı
11	Tüketim Mekânları ve Deneyim Ekonomisi

Hafta	Konu Başlıkları
12	Sosyal medya, dijital estetik, influencer kültürü ve görsel-işitsel platformlar
13	Atmosfer Tasarımı Atölyesi
14	Atmosfer Tasarımı Atölyesi