|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **DERS BİLGİLERİ** | | | | | |
| **Ders** | *Kodu* | *Yarıyıl* | *T+U Saat* | *Kredi* | *AKTS* |
| İletişim Etiği | RTC 541 | 1 | 3 + 0 | 3 | 6 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Ön Koşul Dersleri** | - |

|  |  |
| --- | --- |
| **Dersin Dili** | İngilizce |
| **Dersin Seviyesi** | Yüksek Lisans |
| **Dersin Türü** | Zorunlu |
| **Dersin Koordinatörü** |  |
| **Dersi Verenler** |  |
| **Dersin Yardımcıları** |  |
| **Dersin Amacı** | Bu dersin amacı öğrencilere medya etiği alanındaki temel teorileri ve ilkeleri aktarmaktır. |
| **Dersin İçeriği** | Öğrenciler, medya etiği kavramını felsefi olarak etiğin çıkış noktasını ve günümüz basılı, görsel-işitsel ve dijital haber ve enformasyon medyasına nasıl uygulanacağını öğrenirler. Öğrencilerin, bu ders kapsamında medyadaki güncel konuları farklı bakış açılarından analiz etmeleri ve tartışmaları beklenmektedir. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Dersin Öğrenme Çıktıları** | **Program Öğrenme Çıktıları** | **Öğretim Yöntemleri** | **Ölçme Yöntemleri** |
| 1) Etik, ahlak, hukuk ve din gibi kurumların toplumsal örgütlenme açısından benzerlikleri ve farklılıkları ile ilgili saptamalar yapar | 1, 2, 3, 4 |  |  |
| 2) Temel etik kuramlarını, yaklaşımlarını ve ilkelerini tarihsel bağlamlarıyla okur ve konumlandırır | 2, 3, 5, 6, 10, 13 |  |  |
| 3) Etik meselelerde anlaşmazlıkların ve farklılıkların olanaklı olduğunu ifade eder | 2, 4 |  |  |
| 4) Etiğin bir alt dalı olarak medya etiğinin temel kavramlarını ve uygulama alanlarını ifade eder | 2, 4, 13 |  |  |
| 5) Medyadaki görsel, işitsel ve yazılı metinlerdeki etikdışı uygulamaları saptar, betimler, çözümler | 1,3, 4, 6 |  |  |
| 6) Medyadaki etik sorunları eleştirel akıl yürütme becerileriyle ve farklı açılardan tartışarak ele alır | 1, 4 |  |  |
| 7) Vaka analizlerinde etik problemleri değerlendirir, metinleri etik ilkelere bağlı olarak yeniden tasarlar | 3, 4, 6, 13 |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Öğretim Yöntemleri:** | 1: Anlatım, 2: Soru-Cevap, 3: Tartışma |
| **Ölçme Yöntemleri:** | A: Sınav , B: Münazara C: Ödev |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DERS AKIŞI** | | |
| **Hafta** | **Konular** | **Ön Hazırlık** |
| 1 | Genel açıklamalar. Dersin gerekleri. Etik kavramının kökeni. Etik ve ahlak ilişkisi.  ‘Etik karar verme süreçleri’ başlığı altında temel etik yaklaşımların tartışılması. Sissela Bok’ın etik tartışma modeli. |  |
| 2 | Medya Etiğinin Kuramsal Temelleri: Aristoteles ve Erdem Etiği Medya Etiğinin Kuramsal Temelleri: Kant ve Görev Etiği | Okuma: Patterson & Wilkins, pp. 1-15  J.C. Merrill, pp. 3-32 |
| 3 | Medya Etiğinin Kuramsal Temelleri: Bentham, Mill ve Faydacı Etik  Medya Etiğinin Kuramsal Temelleri: Etzioni ve Ortaklaşmacı Etik  Medya Etiğinin Kuramsal Temelleri Genel Değerlendirme: Deontolojik, Teleolojik ve Öznel Etik Yaklaşımlar | Okuma:  Patterson & Wilkins, pp. 1-15  J.C. Merrill, pp. 3-32  Ödev: Medya Takibi |
| 4 | Yaygın Medya’da Etik, Özgürlük ve Hesapverebilirlik  Bireysel Özgürlük, Etik ve Haber Değerleri | Okuma: Gordon & Newton, pp. 33-54  Kittross & Gordon, pp. 59-80  Ödev: Medya Takibi |
| 5 | Medya Eşik Bekçileri ve Yönlendirme: Gerçek, Hakkaniyet ve Nesnellik  Medya’da ‘Doğruluk’ ve ‘İçerme’ Etiği | Okuma:  Kittross & Gordon, pp. 93-159  Ödev: Medya Takibi |
| 6 | Medya’da Etik Kodlar, İzleyici/Okur Temsilciliği, Ombudsman ve Meslek Örgütleri | Okuma: Gordon & Dorsher, pp. 166-184  Ödev: Medya Takibi |
| 7 | Münazara 1: Haberler ve Haber Etiği | Ödev: Medya Takibi |
| 8 | Vize sınavı |  |
| 9 | Yeni Teknolojiler ve Etik  Dijital İçerikler, Üretimler ve Etik | Okuma: Singer & Dorsher, pp. 213-232  Babcock, Gordon & Kittross pp. 237-251  Ödev: Medya Takibi |
| 10 | Medya Etiği ve Ekonomi Piyasası  Medyaya Erişim: Enformasyona Ulaşma ve Dağıtım Etiği | Okuma: Kittross & Gordon pp. 256-298  Gordon& Babcock, pp. 306-317  Ödev: Medya Takibi |
| 11 | Dijital Çağda Özel Hayat ve Kamu Çıkarı  İkna İletişimi Etiği: Reklam, Halkla İlişkiler ve Pazarlama | Okuma: Gordon, Kittross & Newton, pp. 333-375  Gade & Gordon, pp. 383-404  Ödev: Medya Takibi |
| 12 | Münazara 2: Reklam, Halkla İlişkiler ve Pazarlama ve Etik | Ödev: Medya Takibi |
| 13 | *Infotainment*, Magazin Haberciliği, Gerçeklik ve Etik  Eğlence Medyası ve Etik  Şiddet ve Cinsellik Temsilleri | Okuma: Gordon & Babcock, pp. 432-454  Ödev: Medya Takibi Kitross ve Gordon  pp. 461-484  Ödev: Medya Takibi |
| 14 | Münazara 3: Toplumsal Cinsiyet Temsilleri ve Etik | Ödev: Medya Takibi |
| 15 | Medya Etiğinde Seçilmiş Başlıklar: Çek Defteri Haberciliği, Yurttaş Haberciliği, Sürü Haberciliği, Nesnellik Tartışmaları, Hak Haberciliği | Okuma: Gordon & Kitross , pp. 489-529  Ödev: Medya Takibi |

|  |  |
| --- | --- |
| **KAYNAKLAR** | |
| **Ders Notu** | * Gordon, D. & Kittross J.M. (2011). Controversies in Media Ethics. N.Y.:Routledge. * Patterson, Philip & Wilkins Lee (2002). Media Ethics: Issues & Cases. Boston: McGrawHill Pub. * Kieran, Matthew ed. (1998). Media Ethics. London & N.Y.: Routledge.   Belgeseller:  *\* Orwell Rolls in His Grave*, Director: Robert Kane Pappas, 2004. 1 Hour 46 Minutes.Orwell Rolls in His Grave "Could a media system, controlled by a few global corporations with the ability to overwhelm all competing voi...[all »](javascript:void(0);)Orwell Rolls in His Grave "Could a media system, controlled by a few global corporations with the ability to overwhelm all competing voices, be able to turn lies into truth?..." This chilling documentary film examines the relationship between the media, corporate America, and government. In a country where the "top 1% control 90% of the wealth", the film argues that the media system is nothing but a "subsidiary of corporate America." Director: Robert Kane Pappas - Run Time 1 Hour 46 Minutes[«](javascript:void(0);)  *\* Outfoxed: Rupert Murdoch's War on Journalism*, Director: Robert Greenwald, 2004, 75 Minutes.  Kurmaca filmler:  *\* All The President’s Men (1976), dir. Alan J. Pakula*  *\* Under Fire (1983), dir. Roger Spottiswoode*  *\* Salvador (1986), dir. Oliver Stone*  *\* The Paper (1994), dir. Ron Howard*  *\* 15 Minutes (2001), dir. John Herzfeld*  *\* Good Night, and Good Luck (2005), dir. George Clooney* |
| **Diğer Kaynaklar** | * Alankuş, Sevda (2005), Medya, Hukuk ve Etik, IPS Eğitim Vakfı Yayınları: 5, Habercinin Elkitabı Dizisi: 2. * Alia, Valerie (2004), Media Ethics and Social Change, Edinburgh: Edinburgh Univ. Press. * Bertrand, Claude-Jean (2004), Medya Etiği, Ankara: BYEGM Yay. * Cohen-Almagor, Rapfael, (2002), İfade, Medya ve Etik, çev. Süleyman Nihat Şad, Ankara: Phoenix Yayınevi. * Çaplı, Bülent ve Tuncel, Hakan (2010), Televizyon Haberciliğinde Etik, Ankara: A.Ü.İLEF ve Fatusch B.V. * Belsey, A. & Chadwick R. ed. (1998) Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar, çev. Nurçay Türkoğlu. Istanbul: Ayrıntı Yay. * Çaplı, Bülent (2002), Medya ve Etik, Ankara: İmge Kitabevi. * Merrill, John C. et al. (1990). Modern Mass Media. New York: Harper Collins Pub. pp. 386-407. * Morresi, Enrico (2006), Haber Etiği: Ahlaki Gazeteciliğin Kuruluşu ve Eleştirisi, çev. Fırat Genç, Ankara: Dost Kitabevi yay. * Shaw, Colin (1999), Deciding What We Watch: Taste, Decency, and Media Ethics in the UK and the USA. * Türkoğlu, Nurçay (2003). Kitle Kültürü ve İletişim. İstanbul: Naos Yay. pp. 215-280. * Uzun, Ruhdan (2007), İletişim Etiği: Sorunlar ve Sorumlulular, Ankara: G.Ü. İletişim Fakültesi, Kırkıncıyıl Kitaplığı, No:2. * Plaisance, Patrick Lee (2009), Media Ethics: Key Principles for Responsible Practice, London: Sage Pub. |

|  |  |
| --- | --- |
| **MATERYAL PAYLAŞIMI** | |
| **Dökümanlar** | Belgeseller, Kitaplar, Örnek Vaka Dosyaları |
| **Ödevler** | 1. Medya Takip Ödevi 2. Münazaralar (3 farklı konu başlığında) |
| **Sınavlar** | Kaynaklar açık, tartışmaya dayalı |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DEĞERLENDİRME SİSTEMİ** | | |
| **YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI** | **SIRA** | **KATKI YÜZDESİ** |
| Ara Sınav | 1 | 40 |
| Münazara | 3 | 30 |
| Ödev | 1 | 30 |
| **Toplam** |  | **100** |
| **Finalin Başarıya Oranı** |  | 40 |
| **Yıl içinin Başarıya Oranı** |  | 60 |
| **Toplam** |  | **100** |

|  |  |
| --- | --- |
| **DERS KATEGORİSİ** | Uzmanlık / Alan Dersleri |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **DERSİN PROGRAM ÇIKTILARINA KATKISI** | | | | | | | |
| No | Program Öğrenme Çıktıları | Katkı Düzeyi | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| 1 | İletişim bilimlerinin temel kavramlarını, kuramlarını, yaklaşımlarını ve çalışma alanını, analitik ve eleştirel bir perspektifle yorumlayabilmek. |  |  |  |  | **X** |  |
| 2 | Sosyal bilimlerin diğer disiplinlerindeki bulgu ve kuramları, iletişim alanındaki etkilerini yorumlayabilmek ve kullanabilmek. |  |  |  | **X** |  |  |
| 3 | Medyanın kurumsal yapılanmasından ürünlerine kadar geniş bir yelpazede, diğer toplumsal yapılar ve aktörlerle de ilişkileri bağlamında eleştirel bir yaklaşımla değerlendirebilmek. |  |  |  |  | **X** |  |
| 4 | Medya profesyonellerinin gözetmeleri gereken ulusal ve uluslararası hukuk kurallarını meslek etik ilkeleri ile bütünleştirerek sorumlu yayıncılık anlayışı geliştirebilmek. |  |  |  |  | **X** |  |
| 5 | Kitle iletişim araçlarının ekonomi-politik, sosyo-ekonomik ve sosyal-psikolojik açılardan etkilerini tarihsel bir seyir içinde ilişkilendirmek. |  |  | **X** |  |  |  |
| 6 | İletişim bilimlerinde, radyo, televizyon ve sinema alanlarında özgün yaklaşımlar geliştirebilmek, araştırma yapabilmek ve bir varsayımı savunabilmek. |  | **X** |  |  |  |  |
| 7 | Pratik ve teorik derslerde edinilen bilgi ve becerileri belli bir alanda uzmanlaşacak şekilde kullanabilmek, radyo, televizyon ve sinema alanında çeşitli anlatı formlarında kullanabilme ve bağımsız bir ürün verecek şekilde uyarlayabilmek. |  |  | **X** |  |  |  |
| 8 | Radyo, sinema ve televizyonun üretim süreçlerini ve bu süreçte kullanılan teknik altyapıyı, yaratıcı yaklaşımlara ilişkin temel bilgiyi teorik ve uygulamalı olarak edinmek. |  | **X** |  |  |  |  |
| 9 | Radyo, televizyon ve sinema alanında bir projenin tasarlanması, hazırlanması, çekim ve çekim sonrası aşamalarının bilgi ve kavramlarını, uygulamalı bir biçimde geliştirmek. | **X** |  |  |  |  |  |
| 10 | Radyo, televizyon ve sinema alanında, ölçme ve karar alma süreçlerinin işleyişini kavrama, program formatlarının ve programlarının tarihsel ve kültürel gelişimini ve sosyo-politik etkilerini analiz edebilmek. |  |  |  |  | **X** |  |
| 11 | Radyo, televizyon ve sinema için, gerekli format biçimlerini bilmek, proje geliştirmek, projeyi dilsel ve görsel olarak tasarlayabilmek, Türkçeye uygun ve etkili bir şekilde sunabilmek, yazabilmek ve yaratıcı yollarla uygulayabilmek. |  | **X** |  |  |  |  |
| 12 | Uluslararası alanda gelişmelerin ve fikirlerin takip edilebilmesini, terminolojinin kullanım becerisini kazandıracak düzeyde İngilizce kullanabilmek. |  |  |  |  | **X** |  |
| 13 | Ulusal ve küresel düzeydeki olay ve olguları, medya ile ilişkilendirerek izleyebilmek ve analiz edebilmek. |  |  |  |  | **X** |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU** | | | |
| Etkinlik | SAYISI | Süresi (Saat) | Toplam İş Yükü (Saat) |
| Ders Süresi (Sınav haftası dahildir: 16x toplam ders saati) | 16 | 3 | 48 |
| Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi(Ön çalışma, pekiştirme) | 16 | 3 | 48 |
| Ara Sınav | 1 | 3 | 3 |
| Münazara | 3 | 3 | 9 |
| Ödev | 1 | 7 | 7 |
| Final | 1 | 10 | 10 |
| **Toplam İş Yükü** |  |  | 125 |
| **Toplam İş Yükü / 25 (s)** |  |  | 5 |
| **Dersin AKTS Kredisi** |  |  | 5 |