

**1DERS BİLGİLERİ**

Ders	Kodu	Yarıyıl	T+U+L Saat	Kredi	AKTS
Medya Etiği ve Eleştirileri	MES 641	Güz/Bahar	3 + 0 + 0	3	10

**Ön Koşul Dersleri**

-

<b>Dersin Dili</b>	İngilizce
<b>Dersin Seviyesi</b>	Doktora
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli
<b>Dersin Koordinatörü</b>	
<b>Dersi Verenler</b>	
<b>Dersin Yardımcıları</b>	
<b>Dersin Amacı</b>	Dersin amacı yüksek lisans öğrencileri ile ülkemizde ve dünyada iletişim mesleğinde geçerli etik kuralları, bunların uygulanabilme koşullarını, ilgili sektörlerde ortaya çıkan etik problemleri, ve etik kuralların kendisine ilişkin ortaya çıkan problemleri tartışmaktır.
<b>Dersin İçeriği</b>	Medya Etiği ve Eleştirileri dersinde etik ve medya etiği kavramları ile etik ve siyaset, medya ve hukuk, ifade özgürlüğü, modern toplumda mahremiyet ve aleniyet, medyada sınırlandırmalar, nesnellik, yanlılık, doğruluk ve medya profesyonellerine yönelik etik kodlar incelenecektir. Etik tartışmalar çerçevesinde farklı kuramsal etik yaklaşımlar ve bu yaklaşımlara yöneltilen eleştiriler değerlendirilecektir.

Dersin Öğrenme Çıktıları	Program Öğrenme Çıktıları	Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
1) Etik felsefenin tarihsel süreçteki gelişimini gözden geçirir. .	1, 2, 5, 12, 13	1, 2, 3, 4	A, B, C
2) Etik felsefenin günümüze yansımalarını ve iletişim meslek dallarındaki günümüz uygulamalarını inceler.	1, 5, 12, 13	1, 2, 3, 4	A, B, C
3) Meslek etiğinin uygulanmasından öncelikle kimlerin sorumlu olduğunu (Yazı İşleri-Muhabir ikilemi; Reklam yaratıcısı ile patron ve reklamveren üçgeni; Halkla ilişkilerci- müşteri ikilemi) tartışır.	1, 2, 4, 5	1, 2, 3, 4	A, B, C
4) Habercilik etiğine ilişkin problemleri tartışır.	2, 5, 8, 12, 13	1, 2, 3, 4	A, B, C
5) Reklam etiğinin çıkmazı ve çıkış noktalarını irdeler.	1, 5, 7, 8	1, 2, 3, 4	A, B, C
6) Halkla ilişkiler etiğine ilişkin problemleri ve çözüm yollarını gözden geçirir.	1, 5, 12, 13	1, 2, 3, 4	A, B, C
7) İnternet ortamında mevcut ve gelecekte ortaya çıkabilecek iletişimsel etik sorunları araştırır.	1, 2, 4, 5	1, 2, 3, 4	A, B, C

<b>Öğretim Yöntemleri:</b>	1: Anlatım, 2: Soru-Cevap, 3: Tartışma
<b>Ölçme Yöntemleri:</b>	A: Sınav, B: Tartışma, C: Ödev

<b>DERS AKIŞI</b>		
<b>Hafta</b>	<b>Konular</b>	<b>Ön Hazırlık</b>
1	Giriş: Etik Nedir? İletişim Meslek Etiği Nedir? Problemler Ve Uygulanabilme Koşulları.	
2	Etik Felsefenin Tarihsel Gelişimi	
3	Etik Felsefenin İletişim Meslek Uygulamalarına Yansıması	
4	Habercilik Etiği Ve Problemleri.	
5	İletişim Meslek Etiğinde Birinci Derece Sorumluluk Meselesi	
6	Pazarlama İletişiminde Meslek Etiği	
7	Ara Sınav	
8	Reklamcılıkta Etik Tartışmalar	
9	Halkla İlişkilerde Etik Tartışmalar	
10	İnternette Etik Kurallar Var Mı, Olmalı Mı?	
11	Öğrenci Projelerinin Sunulması- I	
12	Öğrenci Projelerinin Sunulması- II	
13	Öğrenci Projelerinin Sunulması-III	
14	Öğrenci Projelerinin Sunulması-IV	
15	Final Sınavı	

<b>KAYNAKLAR</b>	
<b>Ders Notu</b>	A.D. GORDON, J.M. KİTROSS, J.C. MERRİLL, W. BABCOCK, M.DORSHER, CONTROVERSIES İN MEDIA ETHICS, N.Y., 2011.
<b>Diğer Kaynaklar</b>	Destekleyici diğer kitaplar ve makaleler.

<b>MATERYAL PAYLAŞIMI</b>	
<b>Dokümanlar</b>	Kitaplar, belgeler, makaleler
<b>Ödevler</b>	Teoriye ve örnek olayları birleştiren projeler.
<b>Sınavlar</b>	Vize: Teorik sınav % 40 Final: Sınavın %30'u + Ödevin % 30'u

<b>DEĞERLENDİRME SİSTEMİ</b>		
<b>YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI</b>	<b>SIRA</b>	<b>KATKI YÜZDESİ</b>
Ara Sınav	1	40

Final	2	30
Proje ve Sunum	1	30
<b>Toplam</b>		<b>100</b>
<b>FİNALİN BAŞARIYA ORANI</b>		30
<b>YIL İÇİNİN BAŞARIYA ORANI</b>		70
<b>Toplam</b>		<b>100</b>

**DERS KATEGORİSİ** Uzmanlık / Alan Seçimlik Dersleri

**DERSİN PROGRAM ÇIKTILARINA KATKISI**

No	Program Öğrenme Çıktıları	Katkı Düzeyi				
		1	2	3	4	5
1	Yüksek lisans yeterliliklerine dayalı olarak medya çalışmaları alanındaki güncel ve ileri düzeydeki bilgileri özgün düşünce ve/veya araştırma ile uzmanlık düzeyinde geliştirmek, derinleştirmek ve bilime yenilik getirecek özgün katkılara ulaşmak.					X
2	Medya Çalışmaları alanı ile ilgili çeşitli disiplinler arasındaki etkileşimi kavramak; yeni ve karmaşık fikirleri analiz, sentez ve değerlendirmede uzmanlık gerektiren bilgileri kullanarak özgün sonuçlara ulaşmak.					X
3	Medya Çalışmaları alanındaki uygulamalarda karşılaşılabilecek öngörülme-yen karmaşık durumlarda, bütünsel ve yaratıcı düşünerek yeni stratejik yaklaşımlar geliştirmek, sorumluluk alarak çözüm üretmek ve gerektiğinde liderlik yapmak.					X
4	Medya Çalışmaları alanıyla ilgili araştırma yöntemlerinde üst düzeyde beceri kazanarak bilime yenilik getirmek, yeni bir bilimsel yöntem geliştirmek ya da bilinen bir yöntemi farklı bir alana uygulamak, özgün bir konuyu araştırmak, kavramak, tasarlamak, uyarlamak ve uygulamak.					X
5	Medya Çalışmaları disipliniinde bağımsız araştırma yapmak, bilimsel olayları geniş, derin ve eleştirel bir bakış açısı ile analiz etmek, yeni sentezlere ulaşmak ve değerlendirebilmek için gerekli adımları belirleme yeteneği kazanmak.				X	
6	Medya Çalışmaları alanı ve alt disiplinleri ile ilgili bilimsel makaleleri ulusal ve/veya uluslararası saygın hakemli dergilerde yayınlamak veya bilimsel toplantılarda sunarak alanındaki bilginin sınırlarını genişletmek.					X
7	Uzman bir topluluk içinde özgün görüşlerini bilimsel bir şekilde ifade etmek ve savunmak için etkili bir iletişim kurmak.				X	
8	Akademik ve profesyonel bağlamda teknolojik, toplumsal veya kültürel ilerlemeleri sürekli takip ederek, bilgi toplumu olma sürecine katkıda bulunmak ve yeni medya teknolojileri, küreselleşme ve medyada yöndeşme ile güncel olaylar ve medyanın gündem oluşturma dinamiklerini yorumlamak ve değerlendirmek.					X
9	Medya Çalışmaları alanına yenilik getiren, yeni bir düşünce, yöntem, tasarım ve uygulama geliştirebilmek ya da bilinen bir düşünce,				X	

	yöntem, tasarım ve uygulamayı farklı bir alana uygulayabilmek, özgün bir konuyu araştırabilmek, kavrayabilmek, tasarlayabilmek, uyarlayabilmek ve uygulayabilmek.					
10	Medya Çalışmaları alanı ile ilgili karşılaşılan sorunların çözümünde stratejik karar verme süreçlerini kullanarak işlevsel etkileşim kurabilmek.				X	
11	Medya Çalışmaları alanı ile ilgili konularda karşılaşılan toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik sorunların çözümüne katkıda bulunabilme ve bu değerlerin gelişimini destekleyebilmek.					X
12	Medyanın tekelleşme sürecini ve bu sürecin siyasal, ekonomik ve toplumsal bileşenlerini betimlemek, sorgulamak ve sınıflandırmak.			X		
13	Medyayı yerel, ulusal ve küresel ağlar ve bu ağların sektörel etkileri, sivil toplum ve siyaset ile ilişkileri üzerinden tartışmak.					X
14	Medyayı yasal düzenlemeler ve etik ilkeler temelinde değerlendirmek ve gözden geçirmek.					X
15	Bir yabancı dili kullanarak ileri düzeyde yazılı, sözlü ve görsel iletişim kurabilmek ve tartışabilmek ("European Language Portfolio Global Scale", Level C1).					X

<b>AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU</b>			
Etkinlik	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (Saat)
Ders Süresi (Sınav haftası dahildir: 15X toplam ders saati)	15	3	45
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	15	6	90
Ara Ödevler	10	3	30
Proje/Sunum	2	24	48
Final	1	48	48
<b>Toplam İş Yüğü</b>			261
<b>Toplam İş Yüğü / 25 (s)</b>			10,44
<b>Dersin AKTS Kredisi</b>			10