

## GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	MEDYA VE ETİK	
Ders Kodu / Course Code	GZT484	
Ders Türü / Course Type	Ders	
Ders Seviyesi / Course Level	Lisans	
Ders Akts Kredi / ECTS	4,00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3,00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	2,00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0,00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	4	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Birinci Öğretim	
Eğitim Dili / Education Language	Türkçe	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Dersin ön koşulu ders bulunmamaktadır.	There is no prerequisite course for the course.
Amacı / Purpose	Dersin temel amacı öğrencilerin, medyanın yalnızca neyin doğru veya yanlış olduğunu nasıl belirlediğini değil, aynı zamanda medya profesyonellerinin günlük olarak kritik ikilemlerle karşılaştıklarında nasıl etik kararlar alabileceğini de anlamalarını sağlamaktır. Medya ve etik ilişkisini kuramsal düzeyin ötesinde bireysel bir sorumluluk düzeyinde de ele almaktır.	The main aim of the course is to enable students to understand not only how the media determines what is right or wrong, but also how media professionals can make ethical decisions when faced with critical dilemmas on a daily basis. It is to consider the relationship between media and ethics at an individual responsibility level beyond the theoretical level.
İçeriği / Content	Etik kavramının anlamı ve meslek etiği. Gazetecilik ve etik arasındaki ilişki. Medyadaki etik ikilemleri anlamak için felsefi ve pratik yaklaşımlar. İletişim alanında farklı alanlarda etik standart ve uygulamaların karşılaştırılması. Medyada etik dışı davranışlar ve mücadele yöntemleri. Medya etiğinin kaynakları.	The meaning of the concept of ethics and professional ethics. The relationship between journalism and ethics. Philosophical and practical approaches to understanding ethical dilemmas in the media. Comparison of ethical standards and practices in different fields in the field of communication. Unethical behaviors in the media and methods of struggle. Sources of media ethics. Copyrights and social media
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Uzun, Ruhdan. "İletişim Etiği." İstanbul: Dipnot (2009).	
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Ramazan Yıldızgörür	

## ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	İletişim alanıyla ilgili temel etik teoriler ve anahtar kavramlar hakkında bilgi ve anlayış göstermek.	Demonstrate knowledge and understanding of major ethical theories and key concepts relevant to the field of communication.
2	Medya etiğini hem tarihsel hem de çağdaş bağlamlarda anlamaya yönelik yaklaşımların çeşitliliği ve bu yaklaşımların kullanımları ve pratik sonuçları hakkında farkındalık sahibi olur.	Demonstrate awareness of the diversity of approaches to understanding media ethics in both historical and contemporary contexts, and of the uses and practical implications of those approaches.
3	Gazetecilik, foto muhabirliği, siber bilgi, reklamcılık, film yapımı, televizyon prodüksiyonu ve halkla ilişkiler ile ilgili etik kavramlar, yetkinlikler, ikilemler ve profesyonel roller hakkında farklı ancak birbirleriyle ilişkili profesyonel uygulama alanları olarak bilgi ve anlayış göstermek.	Demonstrate knowledge and understanding of the ethical concepts, competencies, dilemmas and professional roles related to journalism, photojournalism, cyber-information, advertising, filmmaking, television production and public relations as distinct yet interrelated areas of professional practice.
4	Medya ve kültürel üretim ve tüketimde kritik karar vermeyi etkileyen etik çerçeveler hakkında bilgi edinir.	Gain knowledge of the ethical frameworks that affect critical decision making in media and cultural production and consumption.
5	Seçilmiş bir iletişim alanında medya etiği teorisi ve pratiğiyle ilgili çeşitli argümanları, yöntemleri ve konumları analiz eder ve uygular.	Analyze and apply a range of diverse arguments, methods and positions related to media ethics theory and practice in a chosen communication field.

## HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week			
	Teorik Dersler / Theoretical	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
1	Öğrencilerle tanışma, Dersin tanıtılması, genel sosyal medya tartışması		
	Meeting students, Introduction of the course, general social media discussion		

## DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	50
Quiz / Quiz	2	40
Derse Katılım / Attending Lectures	1	10
Toplam / Total:	4	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		50

  

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		50

  

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

## İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1,00	1,00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	2	3,00	6,00
Bireysel Çalışma / Self Study	14	2,00	28,00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	2,00	28,00
Final Sınavı / Final Examination	1	1,00	1,00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	6	1,00	6,00
Örnek Vaka İncelemesi / Case Study	5	2,00	10,00
Quiz / Quiz	2	1,00	2,00
Quiz için Bireysel Çalışma / Individual Study for Quiz	4	2,00	8,00
<b>Toplam / Total:</b>	<b>49</b>	<b>15,00</b>	<b>90,00</b>
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25,00 (Saat/AKTS) = 90,00/25,00 = 3,60 ~ 4.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25,00 (Hour / ECTS) = 90,00 / 25,00 = 3,60 ~ 4.00			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes																				
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.1	1.1.1	1.1.1	1.1.1	1.1.1	1.1.1	1.1.1	1.1.1	1.1.1	1.1.1	1.1.2	
1.İletişim alanıyla ilgili temel etik teoriler ve anahtar kavramlar hakkında bilgi ve anlayış göstermek. / Demonstrate knowledge and understanding of major ethical theories and key concepts relevant to the field of communication.																					
2.Medya etiğini hem tarihsel hem de çağdaş bağlamlarda anlamaya yönelik yaklaşımların çeşitliliği ve bu yaklaşımların kullanımları ve pratik sonuçları hakkında farkındalık sahibi olur. / Demonstrate awareness of the diversity of approaches to understanding media ethics in both historical and contemporary contexts, and of the uses and practical implications of those approaches.																					
3.Gazetecilik, foto muhabirliği, siber bilgi, reklamcılık, film yapımı, televizyon prodüksiyonu ve halkla ilişkiler ile ilgili etik kavramlar, yetkinlikler, ikilemler ve profesyonel roller hakkında farklı ancak birbiriyle ilişkili profesyonel uygulama alanları olarak bilgi ve anlayış göstermek. / Demonstrate knowledge and understanding of the ethical concepts, competencies, dilemmas and professional roles related to journalism, photojournalism, cyber-information, advertising, filmmaking, television production and public relations as distinct yet interrelated areas of professional practice.																					
4.Medya ve kültürel üretim ve tüketimde kritik karar vermeyi etkileyen etik çerçeveler hakkında bilgi edinir. / Gain knowledge of the ethical frameworks that affect critical decision making in media and cultural production and consumption.																					
5.Seçilmiş bir iletişim alanında medya etiği teorisi ve pratiğiyle ilgili çeşitli argümanları, yöntemleri ve konumları analiz eder ve uygular. / Analyze and apply a range of diverse arguments, methods and positions related to media ethics theory and practice in a chosen communication field.																					

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high