BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

GÖLPAZARI MESLEK YÜKSEKOKULU

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

(2021 - 2022) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Medya Okur Yazarlığı	HİT227	4	3 + 0	4,0	Seçmeli

Birim Bölüm	Halkla İlişkiler ve Tanıtım - Ön Lisans (Örgün/Yüz yüze)
Amaç	Medya okuryazarlığı temelde, dikkatli ve bilinçli bir bakışla gerçek ile kurgunun biribirinden ayırt edilmesini hedeflerken bireyin kitle iletişim araçlarıyla olan edilgin ilişkisini etkin duruma dönüştürmeyi amaçlar. Ticari medya kültürünün özelleşmiş yapısına ve geleneklerine karşı çıkma yeteneğini sağlayan eleştirel bakışın güçlendirilmesini ve yeni bireysel söylemlerin geliştirilmesini amaçlar. Medya metinleri üzerine eleştirel düşünmeyi beraberinde getiren bu ders, öğrencilerin hem üretim hem de tüketim aşamalarında eleştirel yaklaşımlarını arttırmayı hedefleyen bir derstir.
Ders İçeriği	Bu derste Medya, Medya Okuryazarlığı, Eleştirel Medya Okuryazarlığı gibi kavramlar incelenecek ve medya okuryazarlığının önemi ve amaçları üzerinde durulacaktır. İncelenen örnek olgular üzerinden medya sürecinin ne şekilde işlediğini aktarılacak, yazılı basın, televizyon, radyo, internet medyası, sosyal medya vb. medya ortamlarının, sosyal, kültürel, ekonomik ve ideolojik perspektiflerden eleştirel bir bakış açısıyla incelenmesi doğrultusunda bilgiler verilecektir.
Ders Kaynakları	Medya Okuryazarlığı El Kitabı, Kemal İnal, Ütopya Yayınları, Ankara, 2009., Medya Okuryazarlığı, Melda Cinman Şimşek - Nurçay Türkoğlu, Pales Yayınları, İstanbul, 2016., Eleştirel Medya Okuryazarlığı, Mutlu Binark-Mine Gencel Bek, Kalkedon Yayınları, İstanbul, 2010., Medya Okuryazarlığına Giriş, Nurdan Öncel Taşkıran, Beta Yayıncılık, İstanbul 2007.

Hafta	Konu
1	Dersin Genel Tanıtımı, “medya” ve “okuryazarlık” kavramları üzerinden medya okur yazarlığı”nın açıklanması ve tartışılması
2	İletişim kavramı, iletişimin ögeleri, ve iletişim süreci
3	Medya ve kitlesel İletişim. Bireysel ve kitlesel iletişimin, iletişim ögeleri ve iletişim süreci bağlamında karşılaştırılması. Medyanın kurumsallığı.
4	Medya okuryazarlığının, “ulaşabilme” “analiz etme” “değerlendirme” "mesaj oluşturma" gibi ögelerini etkin biçimde kullanabilme ve örnek incelemeleri
5	İfade özgürlüğü, kişilik hakları, bilgi edinme, sansür, kamu yararı ve özel yaşamın medya okuryazarlığı ile ortaya konması
6	Medya ve İdeoloji. Propaganda ve devletin demokratikleşmesi sorunu
7	Medya ve Ekonomi. Ticari medya kültürü. Reklam Analizleri.
8	Ara sınav
9	Türkiye’de televizyon kültürü.
10	Haber ve “haber”e medya okuryazarı perspektifiyle yaklaşım. Türkiye’de ve Dünya’da haberciliğinin medya okuryazarlığı bağlamında incelenmesi.
11	Yeni Medya, dijitalleşme, sosyal medya ve toplumsal katılım
12	Medyada nefret söylemi
13	Medya ve toplumsal cinsiyet
14	Film gösterimi ve genel değerlendirme.

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayısı
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	2	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	2	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	1	14
Ara Sınav 1		10	1
Final		20	1
	Ders İş Yükü:	100	
	AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):	3,92	

Program Çıktıları	
1	Alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgilere sahiptir.
2	Etkili iletişim becerileri konusunda edindiği bilgi ve uygulama düzeyi sayesinde iç-dış paydaşlarla ikna edici iletişim kurabilir.
3	Edindiği disiplinler arası bilgiler sonucunda toplumsal, kültürel, siyasi ve sosyal konuları ya da değişimleri belirleme, analiz etme ve sonuçları mesleki çalışmalarda kullanabilme becerisine sahiptir.
4	İletişim hukukuyla ilgili yeterli bilinç düzeyine sahip olarak üstlendiği iletişim çalışmalarında, hukuki sorumluluk bilinciyle hareket edebilir.
5	Alanıyla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
6	Alanıyla ilgili konularda bireysel anlamda sorumluluğa açıktır.
7	Girişimcilik ve liderliğin önemini bilir.
8	Bireysel bilgi ve becerileri ile alanıyla ilgili kişi ve kurumlara düşüncelerini yazılı ve sözlü olarak aktarır, onlara çözüm önerisi sunar.
9	Bir yabancı dili alanıyla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlar ve kullanır.
10	Alanının gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanır.
11	Alanıyla ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutar ve mesleki, ahlaki ve etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapar
12	Reklam, grafik tasarımı, pazarlama, protokol ve lobicilik alanlarında yeterli düzeyde bilgi sahibidir
13	Değişime açık, toplumsal konulara duyarlı, eleştirel ve çözüm üretebilen bakış açılarına sahip olarak yaşam boyu öğrenmeye ilişkin olumlu tutum ve davranış geliştirir
14	Alanıyla ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir
15	Alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri problem çözmede kullanabilir, analitik ve stratejik düşünerek bunları uygulamaya geçirebilir.

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15
Eleştirel bakışı güçlendirme ve yeni bireysel söylemler geliştirebilme	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bireyin kitle iletişim araçlarıyla olan pasif ilişkisini aktif duruma dönüştürebilme.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Medya metinleri üzerine eleştirel düşünme kabiliyetini edinebilme.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ticari medya kültürünün özelleşmiş yapısına ve geleneklerine karşı çıkma yeteneği kazanma.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Yeni sosyal medya iletişim araçlarının etkin kullanımını sağlamak	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/310798