



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Medya Okur Yazarlığı	HİT227	1	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 birbirinden 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 iletişim. Bireysel ve kitlesel iletişimin, iletişim ögeleri ve iletişim süreci bağlamında karşılaştırılması. Medyanın kurumsallığı.
4	Medya okuryazarlığının, "ulaşılabilir" "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 Yüğü	Çalışma Türü / Öğretim Metotları	Süresi (Saat)	Sayısı
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	2	14
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	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 Yüğü:		100	
AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5):		3,92	

Program Çıktıları

1	Halkla ilişkiler disiplininin ve ilişkili olduğu disiplinlerin temel kavramlarının önemini kavrayabilme ve disiplinler arasındaki ilişkileri kurabilir.
2	Düşüncelerini ve sorunlara ilişkin çözüm önerilerini yazılı ve sözlü olarak aktararak alanı ile ilgili konularda ilgili kişi ve kurumları bilgilendirir, ikna edici mesajlar oluşturabilir.
3	Tüketici davranışı ve etkili iletişim becerileri konusunda yeterli bilgi ve uygulama düzeyine sahip olarak iç-dış paydaşlarla ikna edici iletişim kurabilir.
4	Kurumun iç ve dış paydaşlarıyla ilgili iletişim sorunlarını, edindiği işletme yönetimi ve organizasyon alanındaki temel bilgilerle zorlu koşullarda dahi tespit edebilir, tanımlayabilir, analiz edip uygulayabilir.
5	Uluslararası platformdaki mesleki gelişmeleri ve yabancı literatürü takip edebilecek, uluslararası iş çalışmalarında kullanılacak orta düzeyde yabancı dil bilgi yeterliliğine sahiptir.
6	Temel hukuk bilgisi üzerinde iletişim hukukuyla ilgili yeterli bilinç düzeyine sahiptir. Üstlenilen iletişim çalışmalarında hukuki sorumlulukların bilinciyle hareket eder.
7	Kurum ya da ürün/hizmete yönelik imaj ve itibar oluşumuna katkı sağlayabilecek iletişim çalışmalarının yapılması süreçleri ile ilgili yeterli düzeyde kuramsal ve uygulama bilgisine sahiptir.
8	Değişime açık, toplumsal konulara duyarlı, eleştirel ve çözüm üretebilen bakış açılarına sahip olarak yaşam boyu öğrenmeye ilişkin olumlu tutum ve davranış geliştirir.
9	Edinilen disiplinler arası bilgiler sonucunda toplumsal, kültürel, siyasi ve sosyal konuları ya da değişimleri belirleme, analiz etme ve sonuçları mesleki çalışmalarda kullanabilme becerisine sahiptir.
10	Edinilen disiplinler arası bilgileri, yine disiplinler arası bilimsel ve mesleki çalışmaları destekleyecek biçimde kullanabilir.
11	Halkla ilişkiler ve tanıtım alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür,
12	Yapılacak iletişim çalışmalarında takım çalışmasına uygun olarak sorumlulukları üstlenebilir ve takım ruhu bilinci ile hareket edebilir.
13	Mesleki, ahlaki ve etik sorumluluk bilincine sahiptir.
14	Sponsorluk, sosyal sorumluluk, kamuoyu araştırmaları, imaj yönetimi, işletme yönetimi, hukuk, medya iletişimi, siyasal iletişim ve lobicilik, ekonomi, propaganda, gibi kavramları uygulayabilme becerisi kazanır.

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
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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-