

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Stratejik İletişimde Etik	PUB 308	Bahar	03+00+00	Seçmeli	3	6
Akademik Birim:	Halkla İlişkiler ve Tanıtım					
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim					
Ön Koşullar	Yok					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Lisans					
Dersin Koordinatörü:	- -					
Dersin Amacı:	Bu dersi alan öğrencilerin: • stratejik iletişimle ilgili olarak etik felsefesini anlamak ve tartışmak • iletişim bağlamında ikilemlerin ve kararların karmaşıklığı hakkında bilgi sahibi olmak • halkla ilişkiler, gazetecilik ve fotoğrafçılıktaki çeşitli vakaları etik açısından tartışmak • stratejik iletişimde etik ikilemleri çözmek için gerekli araçları kullanmak • çeşitli zaman ve yerlerden vakalarla ilgilenirken eleştirel bir bakış açısı geliştirmek beklenmektedir.					
Dersin İçeriği:	Bu ders günlük ve profesyonel yaşamımızda sürekli karşılaştığımız ikilemlere ve kararlara odaklanmaktadır. Felsefenin bir alanı olarak etik, bu ikilemleri ve kararları anlamlandırmamıza, bunların karmaşıklığını kabul etmemize ve bunların çözümlerinde birden fazla bakış açısını tartışmanın yollarını bulmamıza yardımcı olur. Stratejik iletişim sürekli “etik” arayışı gerektiren bir alandır. Bu ders etik sorular ve bunları çözmeye yönelik araçlar hakkında düşündürücü tartışmalar sağlamak üzere tasarlanmıştır. Hem küresel hem de yerel düzeyde etik arayışla ilgilidir. Ders üç modülden oluşmaktadır. İlk modül iletişim etiğindeki temel kavramlar, düşünceler ve sorularla ilgilidir. İkinci modülde medya kültüründen küresel ve yerel vakaları halkla ilişkiler ve gazeteciliğe özel olarak odaklanarak tartışıyoruz. Son modülde fotoğraf, belgesel ve diğer görsel kültür ürünlerine odaklanarak hem yerel hem de küresel ölçekte iletişim etiğine ilişkin vakaları tartışıyoruz.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	• 1- İletişim etiğini kuramsal ve felsefi açıdan tartışabilme becerisi. • 2- İletişim etiğine ilişkin karmaşık küresel ve yerel vakaları analiz etme ve yorumlama becerisi. • 3- Stratejik iletişimde kararları gerekçelendirmek ve ikilemleri çözmek için analitik araçları kullanma becerisi. • 4- İkilemleri, çeşitli kararları ve bunların gerekçelerini sözlü olarak sunma ve tartışabilme becerisi.					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Önemli tanımlar, kavramlar ve tartışmalar 2. Halkla ilişkilerde ve gazetecilikte etik 3. Görsel Etik: Fotoğrafçılık, belgesel, popüler ve kültür ürünleri İlk modül etik sorunları anlamak ve tartışmak için temel felsefi kavramları sağlar. Sonraki iki modül vaka çalışmalarına dayanmaktadır. Her modülün ardından öğrencilerden kendi kararlarını ve bu kararların iyi ve kötü yanlarını sınıf içi etkinlikler olarak sunmaları istenir (her biri). İkinci ve üçüncü modüllerden sonra öğrencilerden kendi seçtikleri vakaları analiz edecekleri projeler yazmaları istenir (her biri %). Son projelerini () sunmaları gerekmektedir. Genel notun geri kalan 'u devamsızlıktır.					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Tanışma ve giriş	
2	Etik nedir? Kuramlar ve Kavramlar	Seçilmiş okumalar
3	İkilemler ve kararlar: Etik arayış	Seçilmiş okumalar
4	Halkla İlişkilerde etik: Tanıtım ve sorumluluklar	Seçilmiş okumalar
5	Halkla İlişkilerde vaka çalışması: Advertoriallar	Seçilmiş okumalar

6	Halkla İlişkilerde vaka çalışması: Sigaraya karşı elektronik sigara şirketleri	Seçilmiş okumalar
7	Gazetecilikte etik kodlar	Seçilmiş okumalar
8	Gazetecilikte vakalar: Önyargılar ve sorumluluklar	Seçilmiş okumalar
9	Foto muhabirliğinde etik: 'Bütün fotoğraflar yalan mı söyler?'	Seçilmiş okumalar
10	Seçilmiş okumalar	Seçilmiş okumalar
11	Seçilmiş okumalar	Seçilmiş okumalar
12	Televizyon etiği: Yapım öncesi ve yapım sonrası	Seçilmiş okumalar
13	Sunumlar	
14	Genel tekrar ve tartışma	

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

- Ronald C. Arnett and Pat Arneson (eds) Philosophy of Communication Ethics: Alterity and the Other, Fairleigh Dickinson University Press, 2014.
- Robert S. Fortner and P. Mark Fackler (eds) The Handbook of Global Communication and Media Ethics, Vol. 1-2, Wiley-Blackwell, 2011.
- Larry Gross, John Stuart Katz, and Jay Ruby (eds) Image Ethics: The Moral Rights of Subjects in Photographs, Film, and Television, Oxford University Press, 1998.
- Tom Wheeler, Phototruth or Photofiction? Ethics and Media Imagery in the Digital Age, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2002.
- John Berger, Ways of Seeing, London: Penguin, 1972.

DİĞER KAYNAKLAR

Fotoğraflar ve belgeseller sınıfta öğrencilere sunulacaktır

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	1	10
Uygulama	2	30
Proje	2	50
Sunum/Jüri	1	10
Total:	6	100

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
-------------	--------	---------------	-----------------------

Ders Saati	14	3	42
Uygulama	2	15	30
Proje	2	20	40
Sunum/Jüriye Hazırlık	1	11	11
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	9	3	27
Toplam İş Yüğü (saat):			150

1 AKTS = 25 saatlik iş yüğü

PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

#
OC1
OC2
OC3
OC4

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek