



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Kitle İletişim Hukuku							
Ders Kodu		İLT214		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	3	İş Yüğü	75 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Kitle iletişim hukukunun genel esasları kapsamında yazılı, görsel ve işitsel basın yönünden gerekli incelemeler ile internet hukukunun genel esasları kapsamında telif haklarının korunmasının irdelenmesi; tüm bu hususların ceza hukuku bakımından da ele alınması amaçlanmaktadır.							
Özet İçeriği		Kitle iletişim hukukunun anayasal ve yasal düzeydeki normatif temelleri ile yazılı, görsel/işitsel ve elektronik basın faaliyetlerine ilişkin hukukî düzenlemelerin incelenmesi dersin temel içeriğini oluşturmakla birlikte, internet yayınlarından doğan hukukî ve cezaî sorumluluğun belirlenmesi konusuna özel bir önem verilmektedir.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Dr. Öğr. Üyesi Ferhat ŞİRİNİLDİZ, Prof. Dr. Turan AKKOYUN						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	30
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	45
Ödev	1	25

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	İçel, Kayıhan (2018) Kitle İletişim Hukuku, Beta, İstanbul.
2	Ersöz, Oğuz (2021) Kitle İletişim Hukuku, 12 Levha, İstanbul.
3	Kayıhan İçel (2007) Kitle Haberleşme Hukuku, Beta Yay, İstanbul.
4	Sözür, Adem (1996) Basın suçlarında ceza sorumluluğu, Alfa Basım, İstanbul.
5	Sahir Erman, Çetin Özek (1991) Açıklamalı Basın Kanunu ve İlgili Mevzuat, İstanbul.
6	Özek, Çetin (1978) Türk Basın Hukuku, İstanbul.
7	Çetin, Çetin (1999) Basın Özgürlüğünden Bilgilenme Hakkına, İstanbul, Alfa.
8	Habip Oğuz (2010) İnternet Ortamında Kişilik Haklarının İhlali ve Korunması, Adalet Yay., Ankara.
9	Kılıçoğlu, Ahmet M. (2008) Şeref, Haysiyet ve Özel Yaşama Basın Yoluyla Saldırılarda Hukuksal Sorumluluk, Turhan Kitabevi, Ankara.
10	Çetin, Erol (2008) Son Değişikliklerle Basın Hukuku, Seçkin Yay., Ankara.
11	Gezder, Ümit (2006) Mesafeli Sözleşmeler, Beta Yay., İstanbul.
12	İnal, Emrehan (2005) E-Ticaret Hukukunda Gelişmeler ve İnternette Sözleşmelerin Kurulması, Vedat Kitapçılık, Ankara.
13	Tüfek , Ömer Faruk (2007) Basın yoluyla kişilik haklarının ihlali ve bu ihlala karşı özel hukuk, ceza hukuku ve İ.H.A.S. koruması, 2. Basım, Ankara.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Kitle İletişim Hukukunun Uluslararası ve Anayasal ve Yasal Temelleri
2	Teorik	Türk Mevzuatında İfade ve Basın Özgürlüğü
3	Teorik	Basın Kanunu
4	Teorik	Yazılı Basında Hukukî Sorumluluk ve Kişilik Hakkının Korunması
5	Teorik	Düşüncüyü Açıklama ve Yayma Hürriyeti
6	Teorik	Cevap ve Düzeltme Hakkı
7	Ara Sınav (Vize)	Ara sınav
8	Teorik	Radio ve televizyon yayıncılığı ile ilgili kanun ve yönetmelikler. RTÜK.
9	Teorik	Eser sahiplerinin telif hakları ile ilgili yasal düzenlemeler
10	Teorik	Sinema filmleri ile ilgili yasal düzenlemeler
11	Teorik	İnternet kullanımının ortaya çıkardığı hukuksal sorunlar ve çözüm yolları
12	Teorik	İnternet ortamında hukuka aykırı eylemlerde sorumluluk
13	Teorik	İnternet yayınlarına erişimin engellenmesi ile ilgili yasal düzenlemeler
14	Teorik	İnternet ortamında hukuka aykırı eylemlerde sorumluluk



15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final
----	------------------------------	-------

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yükü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	15	0	3	45
Ödev	1	0	10	10
Ara Sınav	1	0	10	10
Dönem Sonu Sınavı	1	0	10	10
Toplam İş Yükü (Saat)				75
Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				3

*25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Türk Medya Hukukunun temel özellik ve kavramlarını tanımlayıp yorumlayabilir; Avrupa Birliği mevzuat ve uygulamasıyla karşılaştırabilir.
2	Türk ve AB Medya Hukukunun m. 1'de belirtilen konularla ilgili kaynaklarını bulabilir, tanımlayıp kullanabilir.
3	Görsel ve işitsel medya hizmetleriyle ilgili daha geniş bağlamdaki meselelerin (hakaret ve özel hayatın ihlali davalarının medyaya maliyeti, azınlık grup ve kültürlerine yönelik programlara duyulan gereksinim vb.) farkında olur.
4	Yukarıda m. 2 ve 3 ile ilgili bilgileri gerek derslerde sözlü olarak gerekse ödev ve sınavlarda yazılı olarak etkin bir biçimde ifade edebilir.
5	Türk ve AB Medya Hukuku ile ilgili olarak kendi başına hukuki araştırma yapabilir.
6	Yukarıda m. 5 çerçevesinde elde ettiği bilgileri analiz edip uygulayabilir.
7	Türk ve AB Medya Hukukuna ilişkin meseleler hakkında hukuki gerekçeler sunabilir.

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı)

1	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanlarına yönelik hukuki düzenlemelerin, yasa ve mevzuatın bilincinde olup, buna uygun davranabilmek
2	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranabilmek
3	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanında içerik üretme, yayma ve sürdürme için gerekli verileri bilimsel yöntemlerle toplayabilmek, irdelleyebilmek ve kullanabilmek.
4	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirebilmek
5	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarındaki paydaşların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji yöntem ve tekniklerini geliştirip, uygulayabilmek.
6	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanındaki güncel gelişmeleri yakından takip edebilmek, alanın temel dinamiklerindeki süreklilikleri ve değişiklikleri tespit etmek.
7	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarıyla ilgili yeni yöntem ve teknolojileri takip edip, kullanabilmek
8	Kurum kimliği, kurum imajı, kurumsal itibar, sponsorluk, kurumsal iletişim, sağlık iletişimi, medya ile ilişkiler, yeni medya teknolojilerinin kullanımı, sosyal sorumluluk iletişimi, etkinlik yönetimi gibi halkla ilişkiler disiplinin ve reklam disiplininin önemli çalışma alanları ile ilişkili teorik bilgileri edinebilme ve uygulamaya aktarabilmek
9	Topluluk önünde sunum yapabilme, düşüncelerini net bir şekilde ifade edebilme, takım çalışmasında yer alabilme, karşılaşılan sorunların çözümüne katkı sunabilme gibi çeşitli iletişim becerilerini elde edebilmek
10	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar programları ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilmek.
11	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanını destekleyen diğer disiplinlere ilişkin temel bilgilere sahip olmak ve bu disiplinlerden yararlanabilmek
12	Bölgesel, ulusal, ve küresel konular/sorunlar hakkında bilgi sahibi olmak, bunlarla ilgili kanıtlara ve araştırmalara dayalı çözüm önerileri geliştirebilmek ve bunları kamuya anlatabilme becerisine sahip olmak
13	Halkla ilişkiler ve reklamcılık disiplininin edinen bilgilere iletişim bilimi, davranış bilimi, siyaset bilimi, hukuk, ekonomi, pazarlama iletişimi, siyasal iletişim, sağlık iletişimi, kişilerarası iletişim, araştırma gibi diğer alanlardan edindiği bilgileri uygulayabilmek.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5	ÖÇ6	ÖÇ7
PÇ1	4	5	4	3	2	5	3
PÇ2	4	5	4	5	2	2	3
PÇ3	5	5	4	4	5	4	2



PÇ4	4	4	4	2	3	2	3
PÇ5	4	5	4	3	2	5	4
PÇ6	4	4	5	5	5	3	2
PÇ7	4	4	4	3	4	4	5
PÇ8	4	4	4	5	3		2
PÇ9	4	5	5	5	2	4	2
PÇ10	5	5	5	5	3	2	3
PÇ11	5	5	5	5	2	1	2
PÇ12	5	5	5	5	3	2	2
PÇ13	5	5	4	4	2	4	5

