



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Yeni Medya Haberciliği							
Ders Kodu		GZT312		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Gelişen yeni teknolojiler hayatın her alanını etkilediği gibi iletişim ve gazetecilik pratiklerini de değişim ve dönüşümlere uğratmıştır. Artık gazetecilik mesleğini icra edecek olanlardan haber toplama ve yazma gibi temel gazetecilik pratiklerinin yanında internet ortamı ve onun tüm mecraları hakkında bilgi sahibi olması ve aktif şekilde kullanabilmesi beklenmektedir. Bu ders öğrencilere internet ortamı, sosyal medya mecraları ve bunların habercilikle olan ilişkisini öğretmek, habercilik pratikleri içerisinde nasıl kullanılacağını göstermek için oluşturulmuştur.							
Özet İçeriği		İnternetin başlangıç ve gelişim evreleri ile bilgiler verilerek internet mecralarının habercilikte nasıl ve hangi şekillerde kullanıldığı öğretilecektir. Temel gazetecilik ilkelerinden feragat edilmeden bu yeni mecralarda ne şekilde habercilik faaliyetlerinin yürütüleceği açıklanacaktır. Bunun yanı sıra internet ortamının interaktif yapısının habercilik süreçlerine etkileri de incelenecektir.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Bireysel Çalışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Öğr. Gör. Emre DİNÇER						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi Toplum ve Kültür Cilt I, Manuel Castells, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2013.
2	Yeni Medya ve Kültürleşen Toplum, Birol Gülnar-Şükrü Balcı, Literatürk Academia Yayınları, Konya, 2011.
3	İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birlik Düzeninde Yeni Medya Politikaları, Haluk Geray, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2003.
4	Yayıncılığın Değişen Yüzü, Cem S. Sütçü-Erhan Akyazı Der Yayınları, İstanbul, 2005.
5	Yeni Medya Yeni İletişim Ortamı, Nurcan Törenli, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 2005.
6	Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, Sevda Alankuş (Der.), IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, 2005.
7	Yeni Medya Çalışmaları, Mutlu Binark, Dipnot Yayınları, İstanbul, 2007.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Temel kavramların tanımlanması
2	Teorik	İnternetin ortaya çıkışı ve tarihsel gelişimi, kitlesel kullanımdan bireysel kullanıma geçişi
3	Teorik	İnternetin küresel niteliği ve küreselleşmeye etkileri
4	Teorik	Yeni medyanın tanımı, yayılması, paylaşım ve etkileşim özellikleri
5	Teorik	Etkileşim, kullanıcı, kullanıcı deneyimi kavramlarına bakış
6	Teorik	Habercilik etkileşiminin yeni medya açısından izdüşümü I
7	Teorik	Habercilik etkileşiminin yeni medya açısından izdüşümü II
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav (Vize)
9	Teorik	Yeni medya ortamında habercilik gelişmeleri
10	Teorik	İnteraktif habercilik kavramı; tarihçesi ve özellikleri
11	Teorik	İnteraktif habercilik ve geleneksel gazetecilik karşılaştırması
12	Teorik	Habercilikte teknoloji kullanımı ve temel kavramlar: beğeni, yorum, paylaşım, canlı yayın vb.
13	Teorik	Temel uygulamalar ve yeni medya haberciliğinde etik kavramı I
14	Teorik	Temel uygulamalar ve yeni medya haberciliğinde etik kavramı II
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Dönem Sonu Sınavı (Final)



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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	14	3	3	84
Ödev	1	15	3	18
Ara Sınav	1	10	1	11
Dönem Sonu Sınavı	1	11	1	12
Toplam İş Yükü (Saat)				125
Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				5

*25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	İnternet ve yeni medya kavramlarının tarihçelerini öğrenir.
2	İnternet, yeni medya ve yeni medyada habercilik kavramlarını öğrenir.
3	Bir kitle iletişim aracı olarak internetin işlev ve etkilerini inceler.
4	İnternetin bireysel kullanım alanları ve şekilleri hakkında bilgi sahibi olur.
5	İnternetin küreselleşme kavramına olan etkilerini inceler.
6	Yeni medya mecralarının gazeteciliğe etkilerini inceler.
7	Yeni medya mecralarının gazetecilik mesleğine entegrasyonunu ve efektif kullanımını öğrenir.
8	İnteraktif gazetecilik kavramını öğrenir
9	Yeni medya mecralarının ve teknolojinin; haber toplama, yazma ve ulaştırma aşamalarında nasıl kullanılacağını öğrenir.

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı)

1	Halkla İlişkiler 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 İlişkiler ve Reklamcılık alanında içerik üretme, yayma ve sürdürme için gerekli verileri bilimsel yöntemlerle toplayabilmek, irdeleyebilmek 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 iletişim, 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 edilen 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	ÖÇ8	ÖÇ9
PÇ1			1		2	4		5	
PÇ2	3		2		4		4		3
PÇ3	4			4	3				
PÇ4		3		4		4		4	
PÇ5	5		4		4		5		3
PÇ6		5	5			4			3



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

