

Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu / Sosyal Hizmetler Programı

2024 - 2025 Eğitim Öğretim Yılı

MEDYA VE SOSYAL HİZMET

Syllabus

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
MEDYA VE SOSYAL HİZMET	SH2148270	Güz Dönemi	2+0	2	4
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Ön Lisans				
Dersin Türü	Programa Bağlı Seçmeli				
Dersin Koordinatörü	Dr.Öğr.Üye. Derya BAYRI MENGİLLİ				
Dersi Verenler	Dr.Öğr.Üye. Derya BAYRI MENGİLLİ				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Sosyal Hizmetler programı öğrencilerine makro sosyal hizmet ile medya arasındaki bağı öğretmek ve sosyal sorunların çözümünde medyanın nasıl etkili bir şekilde kullanılabileceğini öğretmektir.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Medya ve sosyal hizmete giriş,Medya ve sosyal hizmetin temel kavramları,Medya, Sosyal Hizmetlere ne sağlar?,Medyadan yararlanma yöntemleri nelerdir? Nasıl belirlenir?,Yerel Medya kullanımı,Ulusal Medya Kullanımı,Medyaya yansıyan sosyal sorunlarını sosyal hizmet bilimi ışığında ele almak,Medya ve mesleki etik ilişkisi,Makro sosyal hizmet kapsamında medyanın işlevleri,Medya ilişkileri örnek çalışmaları,Medyada temsil edilen kırılgan gruplar,Medya ve makro sosyal hizmet kapsamında vaka çalışması 1,Medya ve makro sosyal hizmet kapsamında vaka çalışması 2 ve 3,Medya ve sosyal hizmet kapsamında proje yönetimi; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
1.Medya ve sosyal hizmet arasındaki ilişkiyi anlayabilecektir				10, 16, 9	A
1.1.Medya ve sosyal hizmetin temel kavramlarını bilir					
1.2.Medya ve sosyal hizmet ilişkisini açıklar					
2.Sosyal hizmetin ele aldığı sosyal sorunlar hakkında medyanın rolünü öğrenebilecektir.				10, 16, 9	A
2.1.Sosyal sorunların medyadaki temsilini tartışır					
2.2.Makro sosyal hizmette medya aracının önemini kavrar					
3.Medya tarafından oluşturulan söylemlerin insan haklarına uygunluğunu tartışabilecektir				10, 16, 9	A
3.1.Kadın, çocuk, engelli, yaşlı vb. savunmasız ve kırılgan gruplar hakkındaki söylemleri bilgi ve değer temelinde tartışır					
3.2.Kadına yönelik şiddet, çocuk ihmal ve istismarı durumlarının etik dışı temsillerini fark eder					
4.Makro sosyal hizmet kapsamında medya araçlarından yararlanarak proje üretebilecektir.				10, 13, 16, 4, 9	A
4.1.Makro sosyal hizmet projelerini yönetir					
4.2.Makro sosyal hizmet projelerinin etkisini değerlendirir					
5.Medyaya yansıyan makro sosyal hizmet vakalarını etik açıdan değerlendirebilecektir				10, 13, 16, 4, 9	A
5.1.Mesleki etik ilke ve değerleri bilir					
5.2.Mesleki etik ilke ve değerleri vakalara uygular					
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 13: Örnek Olay Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 4: Sorgulama Temelli Öğrenme Modeli, 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Medya ve sosyal hizmete giriş				
2	Medya ve sosyal hizmetin temel kavramları				
3	Medya, Sosyal Hizmetlere ne sağlar?				
4	Medyadan yararlanma yöntemleri nelerdir? Nasıl belirlenir?				
5	Yerel Medya kullanımı				
6	Ulusal Medya Kullanımı				
7	Medyaya yansıyan sosyal sorunlarını sosyal hizmet bilimi ışığında ele almak				
8	Medya ve mesleki etik ilişkisi				
9	Makro sosyal hizmet kapsamında medyanın işlevleri				
10	Medya ilişkileri örnek çalışmaları				
11	Medyada temsil edilen kırılgan gruplar				
12	Medya ve makro sosyal hizmet kapsamında vaka çalışması 1				
13	Medya ve makro sosyal hizmet kapsamında vaka çalışması 2 ve 3				
14	Medya ve sosyal hizmet kapsamında proje yönetimi				
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

Kaynaklar

-Joanne Westwood, Media and Social Work, https://www.herts.ac.uk/_data/assets/pdf_file/0018/100962/media-and-social-work.pdf
-Aldridge, M., (1990) Social Work and the News Media: A Hopeless Case? British Journal of Social Work 20, p.611-625.
-Community Care (2009) Community Care to monitor media picture of social work profession. Community Care, 4/2/2009, Issue 1764
-Franklin, B, and Parton, N. (1991) Social Work, The Media and Public Relations. Routledge