Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
COM200	Communication philosophique et l'éthique des médias II	4	2	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	COM237 - FELSEFI İLETIŞIM VE MEDYA ETIĞI I
Conditions d'Admission au Cours	COM237 - FELSEFI İLETIŞIM VE MEDYA ETIĞI I

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Licence
Objectif du Cours	L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants en communication d'utiliser les concepts mobilisés dans le domaine des médias de manière correcte, pertinente et consciente sur des bases philosophiques et éthiques, et de contribuer à leur formation en tant que professionnels des médias capables d'identifier les problématiques éthiques rencontrées dans des domaines tels que le journalisme, la radio, la télévision, le cinéma, la publicité, les relations publiques et les médias numériques, d'analyser ces problématiques à l'aide de compétences de pensée critique et de développer des solutions fondées sur un raisonnement éthique. Le cours vise à encourager les étudiants à considérer les principes éthiques non pas uniquement comme des règles normatives, mais dans le cadre de la responsabilité sociale, de la dignité humaine, de l'intérêt public et de l'éthique du care ; à établir des liens entre la théorie et la pratique en examinant de manière critique les productions médiatiques d'un point de vue éthique ; et à concevoir des pratiques médiatiques alternatives fondées sur des principes éthiques.
Contenus	Ce cours est structuré comme un programme en deux semestres qui aborde le domaine de la communication et des médias dans une perspective philosophique et vise à mettre en relation les concepts et approches fondamentaux de la pensée éthique avec les pratiques médiatiques. Dans la première phase du cours, des notions clés telles que l'éthique, la morale, la responsabilité, l'intérêt public, la vie privée, la représentation, la pensée critique et les sophismes sont discutées dans le cadre de la communication philosophique ; la relation entre le langage, le pouvoir et les médias est examinée à travers des textes théoriques et des exemples illustratifs. Dans la seconde phase, les principes de l'éthique professionnelle propres au journalisme, à la radio, à la télévision, au cinéma, à la publicité, aux relations publiques et aux médias numériques sont abordés à partir de codes éthiques nationaux et internationaux ainsi que de cas médiatiques contemporains. Le cours est appuyé par des travaux appliqués centrés sur l'identification et l'analyse des dilemmes éthiques et sur l'élaboration de solutions possibles ; tout au long du semestre, les étudiants acquièrent une expérience dans le développement de pratiques médiatiques alternatives fondées sur l'éthique en reliant les connaissances théoriques à des productions médiatiques concrètes à travers des activités continues d'observation et de critique des médias.
Ressources	(Sans que cette liste soit exhaustive, les textes de référence qui seront discutés en cours) Betül Çotuksöken, Felsefi Söylem Nedir – "Kavram kavramı" bölümü Çiğdem Yazıcı, Hakikat Sonrası Duygular ve Eleştirel Düşünce İoanna Kuçuradi, Uludağ Konuşmaları, Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, 1997 (20 ile 36. sayfa arasındaki "Ahlak ve Kavramları" kısmı) İoanna Kuçuradi, Etik. 85-99 sayfalar arasındaki "Değerlendirme" adlı bölüm İnsana Yolculuk - Akıntıya Karşı https://youtu.be/9Cw4_g2lb3s İnsana Yolculuk - Hoşgörü Nereye Kadar? https://youtu.be/ljMqZ24GkhM?si=A_k8RKZM1peYP-NE&t=1 Harun Tepe. Çalışma İlişkileri ve Etik Jürgen Habermas, "The Principle of Universalization as a Rule of Argumentation," from Moral Consciousness and Communicative Action, MIT Press, 1996. How to argue: https://www.youtube.com/watch?v=NKEhdsnKKHs&list=PL8dPuuaLjXtNgK6MZucdYldNkMybYlHKR&index=3 How to argue 2: https://www.youtube.com/watch?v=-wrCpLJ1XAw&list=PL8dPuuaLjXtNgK6MZucdYldNkMybYlHKR&index=4 Communication and media ethics / edited by Patrick Lee Plaisance

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Transmission des informations relatives au déroulement du cours et aux travaux des étudiants.

Semaine	Intitulés des Sujets
2	Présentation du premier travail étudiant et réponses aux questions (analyse critique des codes professionnels sur la base des centres d'intérêt des étudiants).
3	Présentations des quatre premiers groupes pour le premier travail. Évaluation en classe.
4	Présentations de trois groupes pour le premier travail. Évaluation en classe.
5	Présentations des quatre premiers groupes pour le deuxième travail. Évaluation en classe. (Études de cas)
6	Présentations de trois groupes pour le deuxième travail. Évaluation en classe. (Études de cas)
7	Semaine de partiel). Remise des versions imprimées des premier et deuxième travaux.
8	Evaluations des partiels et réponses aux questions concernant les troisième et quatrième travaux.
9	Présentations des quatre premiers groupes pour le troisième travail. Évaluation en classe. (Analyse de continuité, analyse approfondie, étude comparative)
10	Présentations de trois groupes pour le troisième travail. Évaluation en classe. (Analyse de continuité, analyse approfondie, étude comparative)
11	Participation d'un(e) intervenant(e) invité(e).
12	Participation d'un(e) intervenant(e) invité(e).
13	Présentations des projets finaux (avec participation d'intervenant(e)s invité(e)s et retour critique de leur part).
14	Présentations des projets finaux (avec participation d'intervenant(e)s invité(e)s et retour critique de leur part).