

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Introduction to New Media / Introduction to New Media	
Ders Kodu / Course Code	EYMD121	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	8.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None.
Amacı / Purpose	Bu ders, geleneksel ile yeni medyanın farklılıklarını, yeni medyanın gelişim ve dönüşüm sürecini, yeni medya ile ilgili kuramları, yeni medyanın yarattığı medya kavramlarını, sosyal ağlar tarihini, medya bağımlılığı ve etkileri ile yeni medyadaki dijital kimlik, yapay zeka, sanal ve artırılmış gerçeklik, Netnografi, veri bilimi ile endüstri 4.0 ve toplum 5.0. uygulamalarını incelemeyi, anlamayı ve öğrenmeyi amaçlamaktadır.	This course covers the differences between traditional and new media, the development and transformation process of new media, theories about new media, media concepts created by new media, history of social networks, media addiction and its effects, digital identity in new media, artificial intelligence, virtual and augmented reality, Netnography, data science and industry 4.0 and society 5.0. It aims to examine, understand and learn its applications.
İçeriği / Content	Dersin içeriğini iletişimin temel kavramları, iletişim sürecinin özellikleri ve bu süreçlerin yeni medyanın ortaya çıkmasına etkisi oluşturmaktadır. Bununla birlikte ders içeriğinde dijital iletişimin gelişim süreci ve bu sürecin yeni medyanın gelişimdeki rolü incelenecektir.	The content of the course consists of the basic concepts of communication, the characteristics of the communication process and the effects of these processes on the emergence of new media. In addition, the development process of digital communication and the role of this process in the development of new media will be examined in the course content.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Öğrenciler yeni medya ve sosyal medyayı içine alan uygulama alanları hakkında teorik ve eleştirel bilgiye sahip olarak dijital kültür hakkında farkındalık geliştirir.	Students develop awareness of digital culture by having theoretical and critical knowledge about the application areas that include new media and social media.
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None.

Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	1.Davenport, T. (2014). Big Data @ Work, çev: Çavdar, M. İstanbul: Türk Hava Yolları Yayınları. 2.Goffman, E. (2014). Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu, çev: Cezar, B. İstanbul: Metis Yayınları. 3.Kelly, K. (2016). Büyük Teknolojik Dönüşüm, çev: Şensoy, Ü. İstanbul: Türk Hava Yolları Yayınları. 4.Kurt, G. (2018). Dijital Diploması, Ankara: Akademisyen Kitabevi 5.Neuman, W. R. (2018). Dijital Fark: Gündelik Hayatta Dijitalleşme ve Medya Etkileri Kuramı, çev: Metin, G. İstanbul: The Kitap Yayınları. 6.Marr, B. (2018). Veri Stratejisi: Büyük Veri ve Nesnelerin İnterneti Nasıl Kar Getirir?, çev: Gündüz, B. İstanbul: MediaCat Kitapları. 7.Mayer-Schönberger, V. Ve Cukier, K. (2013). Büyük Veri: Yaşama, Çalışma ve Düşünme Şeklimizi Dönüştürecek Bir Devrim, çev: Erol, B. İstanbul: Paloma Yayınevi. 8.Myers, D. ve Dewall, N. (2017). Psikoloji, çev editörü: Batigün, A, D. Ankara: Palme Yayıncılık. 9.Odabaşı, Y. (2013). Tüketim Kültürü, İstanbul: Sistem Yayıncılık. 10.Odabaşı, Y. (2014). Postmodern Pazarlama, İstanbul: MediaCat Kitapları. 11.Odabaşı, Y. Ve Barış, G. (2015). Tüketici Davranışı, İstanbul: MediaCat Kitapları. 12.Ögel, K. (2020). İnternet Bağımlılığı: İnternetin Psikolojisini anlamak ve bağımlılıkla Başa Çıkmak, İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları. 13.Sheldrake, P. The Busines of Influence, çev: Şensoy, Ü. İstanbul: Türk Hava Yolları Yayınları. 14.Tarhan, N. ve Nurmedov, S. (2020). Bağımlılık, İstanbul: Timaş Yayınları. 15.Yengin, D. (2014). Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum, İstanbul: Der'in Yayınları 16.Binark, M. (2014). Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri, drl. Binark, M. İstanbul Ayrıntı Yayınları. 17.Crowley, D. ve Heyer, P. (2010). İletişim Tarihi: Teknoloji-Kültür-Toplum, çev: Ersöz, B. Ankara: Phoneix Yayınevi. 18.Flew, T. (2008). New Media: An Introduction, Oxford University Press, Australia & New Zeland. Printed in Hong Kong by Sheck Wash Tong Printing Press Ltd. 19.Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. ve Kelly, K. (2010). New Media: A Critical Introduction, Routledge Taylor & Francis Group, Printed and bound in Great Britain by the MPG Books Group. 20.Manovich, L. (2001). The Language of New Media, USA: The MIT Press. 21.McLuhan, M ve Powers, B. R. (1992). The Global Village, Oxford University Press, United States of America. 22.McQuail D. (2006). McQuail's Mass Communication Theory, (Fifth Edition), Sage Publications Ltd. Printed in Great Britain by The Alden Press, Oxford.	1.Davenport, T. (2014). Big Data @ Work, çev: Çavdar, M. İstanbul: Türk Hava Yolları Yayınları. 2.Goffman, E. (2014). Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu, çev: Cezar, B. İstanbul: Metis Yayınları. 3.Kelly, K. (2016). Büyük Teknolojik Dönüşüm, çev: Şensoy, Ü. İstanbul: Türk Hava Yolları Yayınları. 4.Kurt, G. (2018). Dijital Diploması, Ankara: Akademisyen Kitabevi 5.Neuman, W. R. (2018). Dijital Fark: Gündelik Hayatta Dijitalleşme ve Medya Etkileri Kuramı, çev: Metin, G. İstanbul: The Kitap Yayınları. 6.Marr, B. (2018). Veri Stratejisi: Büyük Veri ve Nesnelerin İnterneti Nasıl Kar Getirir?, çev: Gündüz, B. İstanbul: MediaCat Kitapları. 7.Mayer-Schönberger, V. Ve Cukier, K. (2013). Büyük Veri: Yaşama, Çalışma ve Düşünme Şeklimizi Dönüştürecek Bir Devrim, çev: Erol, B. İstanbul: Paloma Yayınevi. 8.Myers, D. ve Dewall, N. (2017). Psikoloji, çev editörü: Batigün, A, D. Ankara: Palme Yayıncılık. 9.Odabaşı, Y. (2013). Tüketim Kültürü, İstanbul: Sistem Yayıncılık. 10.Odabaşı, Y. (2014). Postmodern Pazarlama, İstanbul: MediaCat Kitapları. 11.Odabaşı, Y. Ve Barış, G. (2015). Tüketici Davranışı, İstanbul: MediaCat Kitapları. 12.Ögel, K. (2020). İnternet Bağımlılığı: İnternetin Psikolojisini anlamak ve bağımlılıkla Başa Çıkmak, İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları. 13.Sheldrake, P. The Busines of Influence, çev: Şensoy, Ü. İstanbul: Türk Hava Yolları Yayınları. 14.Tarhan, N. ve Nurmedov, S. (2020). Bağımlılık, İstanbul: Timaş Yayınları. 15.Yengin, D. (2014). Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum, İstanbul: Der'in Yayınları 16.Binark, M. (2014). Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri, drl. Binark, M. İstanbul Ayrıntı Yayınları. 17.Crowley, D. ve Heyer, P. (2010). İletişim Tarihi: Teknoloji-Kültür-Toplum, çev: Ersöz, B. Ankara: Phoneix Yayınevi. 18.Flew, T. (2008). New Media: An Introduction, Oxford University Press, Australia & New Zeland. Printed in Hong Kong by Sheck Wash Tong Printing Press Ltd. 19.Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. ve Kelly, K. (2010). New Media: A Critical Introduction, Routledge Taylor & Francis Group, Printed and bound in Great Britain by the MPG Books Group. 20.Manovich, L. (2001). The Language of New Media, USA: The MIT Press. 21.McLuhan, M ve Powers, B. R. (1992). The Global Village, Oxford University Press, United States of America. 22.McQuail D. (2006). McQuail's Mass Communication Theory, (Fifth Edition), Sage Publications Ltd. Printed in Great Britain by The Alden Press, Oxford.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğr. Üyesi Hakan TAN	Dr. Öğr. Üyesi Hakan TAN

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	İletişim biliminin temel süreçlerini bilir.	Knows the basic processes of communication science
2	Dijital iletişimin gelişimi ve işleyişi hakkında bilgi sahibi olur.	Knows information about the development and functioning of digital communication.
3	Yeni medya hakkındaki kuramsal bilgiyi detaylı bir şekilde kavrar.	Comprehends the theoretical information about new media in detail.
4	Yeni medya teorilerini dijital iletişim bağlamında açıklar ve diğer ilgili disiplinlerle bağlantısını kurar.	Explains new media theories in the context of digital communication and connects with other related disciplines.
5	Yeni medya ile geleneksel medya arasındaki farkları kavrar ve yeni medyanın kullanıcılar üzerindeki etkisini bilir.	Understands the differences between new media and traditional media and knows the impact of new media on users.
6	Yeni medyanın psikolojik ve sosyolojik etkilerini değerlendirebilir	Be able to evaluate the psychological and sociological effects of new media
7	Yeni medya ve sanat ürünleri arasındaki ilişkiyi irdeler	Examines the relationship between new media and art products.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tanışma, Dersin Tasarımı ve Ders İçeriğinin Paylaşılması : İletişimin tanımı, iletişimin özellikleri, iletişimin fonksiyonları, iletişimin temel unsurları				
	Meeting, Course Design and Sharing the Course Content: Definition of communication, communication features, communication functions, basic elements of communication				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medyanın Gelenekselden Yeni Medya Kuramına Gelişim Ve Dönüşüm Süreci: İnsan İletişimin Çok Kısa Bir Kronolojisi, İletişim, İletişim İşlevleri, İletişim Bilimi, Kitle İletişimi, Kitle İletişim Araçları ile İletişim Arasındaki Farklar, Yeni Medya Kavramı ve Kuramının Gelişimi, Yeni İletişim Teknolojileri ile İletişimin Özelliklerinin Bütünleşmesi				
	Development and Transformation Process of Media from Traditional to New Media Theory: A Very Short Chronology of Human Communication, Communication, Communication Functions, Communication Science, Mass Communication, Differences Between Mass Media and Communication, Development of New Media Concept and Theory, Integration of Communication Features with New Communication Technologies				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni Medya Kuramının İlkeleri ve Unsurları ile Yeni Medyanın Yarattığı Medya Kavramları: Hız, İnternet, Yöndeşme, Küreselleşme, Siberetik, Sanallık, Ölçümleme, Etkileşimlilik, Paylaşımcılık, Katılımcılık, Ödenen Medya (Paid Media), Sahip Olunan Medya (Owned Media), Kazanılan Medya (Earned Media), Etkileşimli Medya (Interactive Media)				
	Principles and Elements of New Media Theory and Media Concepts Created by New Media: Speed, İnternet, Convergence, Globalization, Cybernetics, Virtuality, Measurement, Interactivity, Sharing, Participation, Paid Media, Owned Media, Earned Media, Interactive Media				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Teknolojik Yaklaşım ve Teknolojik Determinizm: Harold A. Innis ve Marshal McLuhan Toronto Okulu, Teknolojik Yaklaşım, Teknolojik Determinizm, İmparatorluğun Araçları, Soğuk ve Sıcak Medya, Küresel Köy ile Lev Manovich'in Yeni Medyaya Tarihsel Bakışı				
	Technological Approach and Technological Determinism: Harold A. Innis and Marshal McLuhan Toronto School, Technological Approach, Technological Determinism, Tools of Empire, Cold and Hot Media, Global Village and Lev Manovich's Historical View of New Media				

5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ağ Toplumu Kuramı: Toplamların değişim, gelişim ve dönüşüm süreçlerindeki aşamalar, Daniel Bell, Alvin Toffler ve Manuel Castells, Ağ, Akışlar, Enformasyon Toplumu				
	Network Society Theory: Stages in the change, development and transformation processes of societies, Daniel Bell, Alvin Toffler and Manuel Castells, Network, Flows, Information Society				
6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sosyal Medya Kavramı ve Olgusu, Sosyal Ağlar Tarihi : Sosyal Medya Kavramı ve Olgusu, Web1.0, Web 2.0 ve Web 3.0, Yeni Medyaya Katılım ve Kullanma Yoğunlukları, Sosyal Medyada Prosumer (Türetici) Olgusu, Sosyal Bir Varlık Olarak İnsan ,Statü ve Rol, Sosyallik, Uyuma Davranışı : İtaat/Özdeşleşme/Benimseme, Psikolojik Faktörler, Talcott Parsons (Sistem ve Eylem Kuramı), Habermas (İletişimsel Eylem Kuramı), Bourdieu (Alan Kuramı ve Habitus Kavramı), Sosyal Ağlar Tarihi				
	Social Media Concept and Phenomenon, History of Social Networks: Social Media Concept and Phenomenon, Web1.0, Web 2.0 and Web 3.0, Intensities of Participation and Use of New Media, Prosumer Phenomenon in Social Media, Human Being as a Social Being, Status and Role, Sociability, Adaptation Behavior: Obedience/Identification/ Adoption, Psychological Factors, Talcott Parsons (System and Action Theory), Habermas (Communicative Action Theory), Bourdieu (Field Theory and Habitus Concept), History of Social Networks				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni Medya Bağımlılığı : Bağımlılık Nedir?, Normallik ve Anormallik, Bağımlılık Kavramı ve Yeni Medya İle Olan İlişkisi, Kişinin İnternetle Olan İlişkisi Tespit Etmek, İçsel ve Dışsal Bağımlılık, Nasıl ve Neden Bağımlı Olmaktayız?, Bağımlılık ve Hastalık Çeşitleri				
	New Media Addiction: What is Addiction?, Normality and Abnormality, The Concept of Addiction and its Relationship with New Media, Identifying One's Relationship with the Internet, Intrinsic and Extrinsic Addiction, How and Why Do We Become Addicted?, Types of Addiction and Diseases				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara Sınav				
	Midterm				

9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni Medyanın Eleştirel Kuram Bağlamında Değerlendirilmesi: Frankfurt Okulu ve Temsilcileri, Hegemonya Kavramı ve Temsilcileri, Kültürel Çalışmalar ve İletişimin Ekonomi Polisiği				
	Evaluation of New Media in the Context of Critical Theory: Frankfurt School and Its Representatives, The Concept of Hegemony and Its Representatives, Cultural Studies and Political Economy of Communication				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital Kimlikler: Kimlik, Özne, Persona (Kişi), Benlik ve Genişletilmiş Benlik Kavramlarına Bir Bakış, Dijital Kimlikler, Dijital Kimlik Tanımlayıcıları, Dijital Kimlik Yönetim Sistemi, Dijital Kuşaklar				
	Digital Identities: A Look at Identity, Subject, Persona, Self and Extended Self-Comprehension, Digital Identities, Digital Identity Identifiers, Digital Identity Management System, Digital Generations				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sanal Kavramı, Sanal ve Arttırılmış Gerçeklik: Görüntü, İmge ve Fotoğraf Kavramları, Sanal ve Sanal Gerçeklik (VR), Sanal Gerçeklik Çevresinin Oluşumu, Arttırılmış Gerçeklik - Augmented Reality (AG), Karma Gerçeklik - (Mixed Reality)				
	Concept of Virtual, Virtual and Augmented Reality: Concepts of Image, Image and Photography, Virtual and Virtual Reality (VR), Formation of Virtual Reality Environment, Augmented Reality - Augmented Reality (AG), Mixed Reality - (Mixed Reality)				
12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	N-etnografi Kavramı ve Yöntemi: Etnografi Kavramına Bakış, Kültür nedir?, Kültürü Oluşturan ve Etkileyen Etmenler Nelerdir?, Dijital Kültüre Bir Bakış, Netnografi Kavramına Bakış, Netnografik Araştırmaların Genel Özellikleri, Dijital Netnografi				
	N-ethnography Concept and Method: Overview of the Concept of Ethnography, What is Culture?, What are the Factors that Create and Affect Culture?, A Look at Digital Culture, Overview of the Concept of Netnography, General Features of Netnographic Research, Digital Netnography				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Veri Bilimi, Stratejisi ve Yönetimi: Veri Kavramı, Veri Bilimi, Endüstri 4.0, Toplum 5.0., Nesnelerin İnterneti				
	Data Science, Strategy and Management: Data Concept, Data Science, Industry 4.0, Society 5.0., Internet of Things				

14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Zekâ Kavramı ve Yapay Zekâ: Zekâ Kavramı, Zekânın Çeşitleri, Yapay Zekâ (Artificial Intelligence) Kavramı, Yapay Zekâ Üzerine Öncül Çalışmalar, Yapay Zekâ Çözümünün Temel bileşenleri, Yapay Zekâ Türleri				
	The Concept of Intelligence and Artificial Intelligence: Concept of Intelligence, Types of Intelligence, Concept of Artificial Intelligence, Preliminary Studies on Artificial Intelligence, Basic Components of Artificial Intelligence Solution, Types of Artificial Intelligence				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final sınavı				
	Final exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities			Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination			1	100
Toplam / Total:			1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):				40
Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities			Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination			1	100
Toplam / Total:			1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):				60
Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:				100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:				

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	16	5.00	80.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	10	5.00	50.00
Okuma / Reading	12	5.00	60.00
Toplam / Total:	40	17.00	192.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 192.00/25.00 = 7.68 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 192.00 / 25.00 = 7.68 ~			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes																
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15	1.1.16	1.1.17
1.İletişim biliminin temel süreçlerini bilir. / Knows the basic processes of communication science	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	5	4
2.Dijital iletişimin gelişimi ve işleyişi hakkında bilgi sahibi olur. / Knows information about the development and functioning of digital communication.	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	3	3	4	5
3.Yeni medya hakkındaki kuramsal bilgiyi detaylı bir şekilde kavrar. / Comprehends the theoretical information about new media in detail.	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	3	4	4
4.Yeni medya teorilerini dijital iletişim bağlamında açıklar ve diğer ilgili disiplinlerle bağlantısını kurar. / Explains new media theories in the context of digital communication and connects with other related disciplines.	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	3	3	5	5
5.Yeni medya ile geleneksel medya arasındaki farkları kavrar ve yeni medyanın kullanıcılar üzerindeki etkisini bilir. / Understands the differences between new media and traditional media and knows the impact of new media on users.	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4
6.Yeni medyanın psikolojik ve sosyolojik etkilerini değerlendirebilir / Be able to evaluate the psychological and sociological effects of new media	4	5	3	5	3	5	4	5	5	5	4	4	5	3	3	5	4
7.Yeni medya ve sanat ürünleri arasındaki ilişkiyi irdeler / Examines the relationship between new media and art products.	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	3	3	4	5

