MEDYA NEDİR?

Kavramlar, yeni medya, medya okuryazarlığı ve toplumla ilişkisi



Sefa Gedik

Giriş

Medya; haber, bilgi, düşünce ve çeşitli içeriklerin insanlara ulaştırılmasını sağlayan iletişim araçları ve ortamlarının genel adıdır. Gazete, dergi, radyo ve televizyon geleneksel medya örnekleridir. İnternet siteleri, dijital yayın platformları ve sosyal medya ağları ise günümüzde medya kavramının önemli bir parçasını oluşturur.

Medya yalnızca haber vermek için kullanılmaz; eğitim, kültür, sanat, eğlence ve reklam gibi alanlarda da etkili bir işleve sahiptir. Bir televizyon haberini izlemek, radyoda program dinlemek veya telefondan bir haber sitesine girmek farklı araçlarla medya içeriğine ulaşmaya örnektir.

İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte içeriklerin hazırlanma, dağıtılma ve takip edilme biçimi de değişmiştir. Bugün bir içerik aynı anda televizyon, internet sitesi ve sosyal medya üzerinden dolaşıma girebilmektedir.

> *Medya, toplumun bilgiye erişimini kolaylaştıran ve toplumsal yaşamı etkileyen temel iletişim alanlarından biridir.*



Temel İletişim Süreci

İçindekiler

1. Medya Ne Demektir? .....
2. Yeni Medya Nedir? .....
3. Medya Okuryazarlığı .....
4. Medya ve Toplum İlişkisi .....
5. Medyada Kitle Yönetiminin Evrimi .....
6. Modern Medyanın Gücünü Doğru Kullanmak .....
7. Sonuç .....

Medya Ne Demektir?

Medya kelimesi, Latincedeki *medium* (araç, ortam) sözcüğünün çoğulu olan *media* ifadesinden gelir. Günlük kullanımda medya denildiğinde, topluma bilgi ve içerik ulaştıran kitle iletişim araçları anlaşılır. Gazeteler, televizyon kanalları, radyo istasyonları, dergiler, haber siteleri ve dijital yayın kuruluşları bu kapsama girer.

İletişim ve Kitle İletişimi

İki kişi arasındaki telefon görüşmesi *iletişime* örnektir. Buna karşılık televizyonda yayımlanan bir haberin aynı anda binlerce kişiye ulaşması kitle iletişimine örnek oluşturur. Bu yönüyle medya, bireysel iletişimden farklı olarak geniş kitlelere yönelik bir bilgi aktarım alanıdır.



Başlıca Medya Araçları

Temel Noktalar

- Bilgi aktarımı sağlar.
- Geniş kitlelere ulaşır.
- Farklı araç ve platformları kapsar.
- Haber ve yayıncılıkla yakından ilişkilidir.

Yeni Medya Nedir?

Yeni medya, dijital teknolojiler ve internet üzerinden üretilen, yayımlanan ve paylaşılan içeriklerle bu içeriklerin kullanıldığı iletişim ortamlarını ifade eder. Bilgisayarlar, tabletler ve akıllı telefonlar yeni medya içeriklerine ulaşmayı kolaylaştıran başlıca cihazlardır.

Başlıca Özellikler

Etkileşim: Kullanıcıların içerikle ve birbirleriyle aktif biçimde etkileşime girmesini sağlar.

Hız: İçeriklerin üretilmesi, yayımlanması ve geniş kitlelere ulaşması çok kısa sürede gerçekleşir.

Erişilebilirlik: İnternet bağlantısı olan her yerden, farklı cihazlarla içeriklere ulaşılabilir.

Kullanıcı üretimi içerik: Sadece profesyoneller değil, kullanıcılar da içerik üretebilir ve paylaşabilir.

Kişiselleştirme: Kişinin ilgi, ihtiyaç ve davranışlarına göre içerik ve öneriler sunulur.

Yeni Medyaya Örnekler

1. Bloglar ve internet siteleri
2. Çevrimiçi haber ve yayın platformları
3. Sosyal medya ağları
4. Podcast, müzik ve video hizmetleri
5. E-posta ve dijital iletişim hizmetleri
6. Sanal ve artırılmış gerçeklik uygulamaları

> *Yeni medya, içerik üretimi, dağıtımı ve tüketiminde daha etkileşimli, hızlı, erişilebilir ve kişiselleştirilebilir bir iletişim ortamı sunar.*

Geleneksel Medya / Yeni Medya

Geleneksel Medya	*Yeni Medya*
Tek yönlü içerik akışı (iletiyi çoğunlukla kurumlar üretir).	Etkileşimli ve çok yönlü iletişim (kullanıcılar da içerik üretir ve katılır).
Yayın saatine ve program akışına bağlıdır.	Zaman ve mekândan bağımsız, anlık erişim sağlar.
Geribildirim olanakları sınırlıdır (mektup, telefon vb.).	Beğeni, yorum, paylaşım gibi yollarla doğrudan ve hızlı katılım mümkündür.

Medya Okuryazarlığı

Medya okuryazarlığı; okuduğumuz, izlediğimiz ve dinlediğimiz içeriklere eleştirel gözle bakabilme, bilginin kaynağını sorgulama ve farklı görüşleri değerlendirme becerisidir. Bu beceri, yalnızca içeriği tüketmeyi değil, onu analiz etmeyi ve sorumlu biçimde değerlendirmeyi de kapsar.

Neden Önemlidir?

Yanlış bilgi, toplumda kafa karışıklığına yol açabilir, kararlarımızı olumsuz etkileyebilir ve güvenilir bilgiye ulaşmamızı zorlaştırabilir.

Kaynak kontrolü, bir içeriğin güvenilirliğini anlamamıza yardımcı olur. Böylece, doğruluğu belirsiz bilgilerle hareket etme riskini azaltırız.

Dijital çağda medya, hayatımızın her alanında yer almaktadır. Medyayı bilinçli ve sorumlu kullanmak, hem bireysel hem de toplumsal açıdan daha sağlıklı bir bilgi ortamı oluşturur.

Bir İçeriği Değerlendirirken

- ☑ Kaynağı kim?
- ☑ Yayın tarihi nedir?
- ☑ Başlık ile içerik uyumlu mu?
- ☑ Başka güvenilir kaynaklar aynı bilgiyi doğruluyor mu?
- ☑ Görsel veya istatistik bağlamından koparılmış olabilir mi?

UNESCO

> *Medya ve bilgi okuryazarlığı yaklaşımları, bilgiye erişmenin yanında içerikleri analiz etme, değerlendirme ve sorumlu biçimde üretme becerilerini de öne çıkarır.*

Medya ve Toplum İlişkisi

Medya, insanların yaşadıkları şehirde ve dünyada olup bitenlerden haberdar olmasını sağlar. Aynı zamanda toplumun hangi konuları konuştuğunu, olayları nasıl değerlendirdiğini ve farklı kesimlerin birbirini nasıl gördüğünü etkileyebilir.

> **Akıllı Telefonların Rolü**
>
> *Akıllı telefonlar tek başına bir medya türü değil; farklı medya içeriklerine erişim sağlayan çok işlevli cihazlardır.*

Karşılıklı Etkileşim

Toplumun ihtiyaçları ve ilgileri medya içeriklerini şekillendirirken medya da bazı konuların daha görünür olmasına katkı sunar. Bu nedenle medya ile toplum arasında tek yönlü değil, çift yönlü bir ilişki vardır.

Günlük Hayatta Başlıca Medya Türleri



Basılı medya

Gazete ve dergi gibi yazılı yayınları ifade eder. Güncel olaylar, analizler ve farklı görüşler hakkında bilgi sunar.



Görsel ve işitsel medya

Televizyon ve radyo gibi sesli ve görüntülü yayınları kapsar. Haber, belgesel, program ve eğlence içerikleriyle geniş kitlelere ulaşır.



Dijital medya

İnternet siteleri, çevrim içi yayın platformları ve sosyal medya gibi dijital ortamlarda üretilen ve paylaşılan içerikleri ifade eder. Etkileşim ve hızlı yayılım imkânı sunar.

Medyada Kitle Yönetiminin Evrimi

Gazete, radyo ve televizyonun baskın olduğu dönemlerde geniş kitlelere ulaşmanın başlıca yolları sınırlı sayıdaki medya mecralarıydı. Belirli bir saatte yayımlanan programlar veya çok okunan gazeteler aynı mesajı büyük topluluklara ulaştırabiliyordu.

Dijital Dönüşüm

Bugün aynı haber televizyon, haber sitesi ve sosyal medya hesabı üzerinden takip edilebilmektedir. Bu çeşitlilik bir yandan farklı kaynakları karşılaştırma imkânı sunarken diğer yandan dikkat çekmeyi ve güvenilir iletişim kurmayı zorlaştırmaktadır.



> *Medyadaki dönüşüm, kitlelere ulaşma biçimlerini çeşitlendirmiş; aynı zamanda iletişimin yönetimini daha karmaşık ve dinamik bir süreç haline getirmiştir.*

Günümüzün Özelliği

- Doğru mecrayı seçmek
- Hedef kitleyi tanımak
- İçeriği bağlama uygun sunmak
- Geri bildirimi takip etmek

Modern Medyanın Gücünü Doğru Kullanmak

Medya kanallarının çoğalması, ürün veya hizmet tanıtımı yapan kurumların daha bilinçli seçimler yapmasını gerektirir. Her platformun kullanıcı kitlesi, içerik biçimi ve iletişim alışkanlıkları farklıdır. Bu nedenle başarılı bir medya çalışmasına başlamadan önce kime ulaşmak istediğimizi ve ne anlatacağımızı belirlemek gerekir.

> *Erişim tek başına yeterli değildir; önemli olan güven, anlaşılabilirlik ve doğru etkileşimdir.*

Etkili Bir Medya Çalışmasının Unsurları

- Hedef kitle analizi
- Doğru kanal seçimi
- Açık ve güvenilir içerik
- Süreklilik
- Ölçüm ve iyileştirme

Dijital Medyada Temel Araçlar

İnternet sitesi: Kurumun dijital vitrini olarak hizmet verir; ürün, hizmet ve kurumsal bilgiler için güvenilir ve güncel bir kaynaktır.

SEO: İnternet sitesinin arama motorlarında daha görünür olmasını sağlayan çalışmalardır; doğru anahtar kelimelerle hedef kitleye ulaşmayı kolaylaştırır.

Sosyal medya: Hedef kitleyle doğrudan ve hızlı etkileşim kurmayı sağlar; marka bilinirliğini artırır ve topluluk oluşturur.

E-posta iletişimi: Mevcut ve potansiyel kitleye düzenli, kişiselleştirilmiş bilgi ve duyurular göndermeye imkân verir.

Performans ölçümü: Yapılan çalışmaların erişim, etkileşim ve dönüşüm gibi verilerle değerlendirilmesini sağlar; gerektiğinde stratejinin iyileştirilmesine yardımcı olur.

Sonuç

Medya, bireylerin bilgiye ulaşmasında, olayları anlamlandırmasında ve toplumsal gündemi takip etmesinde temel bir rol oynar. Geleneksel medya ile yeni medya arasındaki farklar arttıkça, içerik üretme ve tüketme biçimleri de çeşitlenmiştir.

Genel Değerlendirme

Günümüzde medya okuryazarlığı, doğru bilgiye ulaşmak, bilgiyi analiz etmek ve toplumsal hayata bilinçli biçimde katılmak için vazgeçilmez bir yeterliktir. Bu nedenle güvenilir kaynaklara başvurmak ve medyayı bilinçli kullanmak, hem bireysel hem de toplumsal açıdan büyük önem taşır. Ayrıca etkili bir iletişim için mesajin içeriği, kullanılan kanalın özellikleri ve hedef kitlenin beklentileri arasında uyum kurulması, iletişimin başarısını doğrudan artırır.

Kısa Not

Bilgiye erişimin kolaylaştığı çağımızda asıl ihtiyaç, doğru bilgiyi seçebilme ve sorumlu biçimde kullanabilme becerisidir.



Bu Kitapçığın Temel Çıkarımları

- Medya çok katmanlı bir iletişim alanıdır.
- Yeni medya etkileşimi artırır.
- Her içerik eleştirel değerlendirme gerektirir.
- Toplum ve medya birbirini etkiler.
- Dijital ortam fırsatlar ve riskler birlikte sunar.
- Doğru medya yönetimi stratejik düşünmeyi gerektirir.

Kapanış Notu

Bu kitapçık, medya kavramını temel düzeyde açıklamak; geleneksel medya, yeni medya, medya okuryazarlığı ve toplumla ilişkisi hakkında derli toplu bir çerçeve sunmak amacıyla hazırlanmıştır.

Akademik içerik üretiminde açık anlatım, kavramsal doğruluk ve kaynak farkındalığı büyük önem taşır. Bu nedenle medya üzerine düşünürken yalnızca içerikleri değil, bu içeriklerin üretim koşullarını, dolaşım biçimlerini ve etkilerini de birlikte değerlendirmek gerekir.

> *Medya, toplumla sürekli etkileşim hâlinde olan dinamik bir iletişim alanıdır.*



Anahtar Kavramlar

- Medya
- Kitle iletişimi
- Yeni medya
- Dijital medya
- Medya okuryazarlığı
- Etkileşim
- Kaynak güvenilirliği
- Hedef kitle
- İçerik yönetimi
- İletişim

Teşekkürler

Bu kitapçıkta medya kavramını, yeni medyayı, medya okuryazarlığını ve medya ile toplum ilişkisini temel başlıklarıyla ele aldık. İçeriğin, medya dünyasını daha iyi anlamanıza ve bu alana yönelik çalışmalarınıza katkı sunmasını dilerim.



Sefa Gedik

www.sefagedik.com.tr | info@sefagedik.com.tr