**8. SINIFLAR “MEDYA OKURYAZARLIĞI” DERSİ**

**1. ÜNİTE İLETİŞİME GİRİŞ DERS NOTU**

**Medya Okuryazarlığı Nedir?**

Yazılı ve yazılı olmayan, büyük çeşitlilik gösteren formatlardaki (televizyon, video, sinema, reklâmlar, internet v.s.) mesajlara ulaşma, bunları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği kazanabilmeye **medya okuryazarlığı** denir.

İletişim olgusunu toplumsal yaşamın her alanında ve her aşamasında görmek mümkündür. İletişim, toplumsal yaşam içinde bulunan insanların birbirleri ile olan ilişki ve etkileşiminde önemli bir rol oynamaktadır. İnsanın yaşadığı toplumun bir üyesi olması, duygu ve düşüncelerini çevresi ile paylaşımı iletişimi gerektirmektedir. Bu nedenle iletişim toplumsal yaşamın düzenlenmesinde ve oluşmasında önemli bir işlev görmektedir.

**İletişim en yalın tanımıyla**, “ duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılmasıdır.”

İletişim kavramını pek çok şekilde tasnif etmek mümkün olmakla birlikte, aşağıdaki şemada da görüldüğü gibi iletişimi genel olarak **kişi içi (intrapersonal)**, **kişiler arası (interpersonal)**, **örgüt-içi (organizational)** ve **kitle iletişimi (mass communication)** olarak dört grupta toplamak mümkündür.

**İLETİŞİM TÜRLERİ**

**Kişi-İçi İletişim**

**Kitle İletişimi**

**Örgüt-içi İletişim**

**Kişilerarası İletişim**

**Kişi İçi İletişim**

İki birim arasında gerçekleşen iletişimin bir benzeri de bazen bireyin içinde de oluşabilmektedir. İçsel iletişim olarak ifade edilen bu iletişime örnek olarak, bireyin kendi iç dünyasını gözlemlemesi, ihtiyaçlarının farkına varması, üzülmesi ya da sevinmesi verilebilir. Bu durumda içsel ya da kişi içi iletişimi; insanların kendi içlerinde ürettikleri bazı mesajları yorumlamasışeklinde tanımlamak mümkündür.

Kişi içi iletişim ya da kendi kendine iletişim, kişinin kendi başına yaşamının her anında ve her mekânda yaptığı iletişimdir. Kişi kendi ile iletişim yaparken düşünür; kafasında kendisiyle ve başkalarıyla konuşur, tartışır, kavga eder, küser, barışır, oynar ve eğlenir. Kendi kendine düşünür, sevinir, güler ve ağlar; kararlar verir, kararlar değiştirir; problemler çözer ve yeniden çözer; planlar yapar, yıkar ve yeniden yapar; kendi ve ilişkide bulunduğu dış dünya ve insanlar hakkında değerlendirmeler ve karşılaştırmalar yapar; kendiyle ve dışıyla olan ilişkilerini düzenler ve yürütür 2.

**Kişilerarası İletişim**

Yüzyüze iletişim olarak da adlandırılan kişilerarası iletişimi “iki kişi arasında, genellikle yüzyüze ilişki şeklinde gerçekleşen iletişim ” olarak ifade etmek mümkündür. Kişilerarası iletişim genellikle kendiliğinden ve teklifsizdir; katılanlar birbirinden en üst düzeyde geribesleme alırlar. Roller görece esnektir, çünkü taraflar nöbetleşe gönderici (kaynak) ve alıcı (hedef kitle) olarak iletişim sürecine katılırlar.

Üstün Dökmen, kişilerarası iletişimi sözlü ve sözsüz olmak üzere iki şekilde sınıflandırmaktadır. Sözlü iletişim “dil ve dil ötesi olarak”, sözsüz iletişim ise “yüz, beden, bedensel temas, mekân kullanımı ve araçlar” olarak alt sınıflarda ele alınmaktadır.

**Örgüt İçi İletişim**

Çevresiyle etkileşim halinde bulunan yani diğer bir değişle çevresine mesajlar gönderen ve çevresinden mesajlar alan örgütlerde, hiyerarşik bir düzen söz konusudur. Bu sebeple örgütte, kişiler önceden tanımlanmış bir takım rolleri üstlenerek, bu rollerin gereğini yerine getirmeye çalışmaktadırlar. Örgütteki bireyler, üst ve astlar arasındaki ilişkilerin nasıl olacağı örgüt şemalarında açıkça belirlenmiştir. Bu sayede kimin kimden emir alacağı ve kime emir vereceği önceden bilinmektedir.

**Kitle İletişimi**

İngilizcedeki *mass communication* kavramının karşılığı olarak dilimizde kullanılan kitle iletişimini; çeşitli türdeki mesajların, büyük ve dağınık bir kitleye çeşitli araçlar kullanılarak iletilmesi şeklinde tanımlamak mümkündür. Burada belirli bir kaynaktan hedef kitleye iletilerin tek yönlü olarak gönderilmesi söz konusudur.

Tarihsel bakımdan kitle iletişim olgusuna kavuşmak için belirli ön koşulların oluşmasına ihtiyaç bulunmuştur. Bu koşullardan birincisi; yazılı iletileri geniş kitlelere sunabilmek için yeterli kâğıt üretiminin olması ve bunları işleyebilecek baskı tekniklerinin ve basım sanatının gelişmesi gerekir. İkincisi; kitlesel olarak üretilen basılı haber metinlerini tüketecek bir kitle ve ortamın oluşmasının yanısıra, bu kitlenin belirli bir kültür ve gelir düzeyine ulaşmış olması zorunluluğu vardır. Son olarak ise; toplumdaki bireylerin bir takım haklara sahip olmalı ve söz konusu bu hak ve özgürlüklerinin bilincine vararak bunları özümsemeleridir.

**İletişim ve Kitle İletişim İlişkisi**

İletişim süreci açısından kitle iletişimin oluşması için, dinleyici kitlesinin de iletilere tepkide bulunması gerekir. Ancak böylece kitle iletişiminden söz edilebilir. Bu bağlamda kitle iletişiminde doğrudan değil, en azından dolaylı bir karşılıklı etkileşim söz konusudur. Dolayısıyla, kitle iletişim araçları aracılığıyla seyirci/ dinleyicilere yöneltilen mesajlar, bir tür iletişimsel eylem olmaktadır. Hemen şunu da belirtmek gerekir ki; her kitle iletişim sürecinde mutlaka iletişimin oluşacağı gibi bir sonuç söz konusu değildir. Kitle iletişim sürecinde iletişimin oluşabilmesi için, kaynağın ifade eylemine dağınık seyirci kitlesinin veya bunun bazı kısımlarının anlama yönünde karşılık vermiş olması gerekir .

Kişilerarası iletişimde kaynak özel kişi olmasına karşılık; kitle iletişimde kaynak tek bir insan değil, resmi bir örgüttür. Mesaj gönderen genellikle de profesyonel bir iletişimcidir. Kanal vasıtasıyla dolaşıma sokulan mesajlar tek değil, çeşitli ve önceden bilinmez. Ancak imal edilebilir, tek tipe indirilir, her zaman herhangi bir yolla çoğaltılabilir. Diğer yandan, alıcı ve kaynak arasındaki ilişki tek yönlü ve genelde etkileşimlidir. Bireysel olmayan, ahlaki olmayan ve sayılabilirdir. Kaynak genelde bireyler üzerindeki sonuçlarda ahlaki sorumluluk taşımaz ve mesajını para ve ilgi için ticari kaygılarla oluşturur .

Bir başka noktada bireyler arası iletişimin aksine kitle iletişiminde kaynağın gönderdiği mesaj alıcıya anında ve doğrudan ulaşırken; alıcının kimliği ve mesaja nasıl tepki gösterdiği öğrenmek her zaman kolay olmamaktadır. Çünkü bilindiği gibi kitle iletişimi, kaynaktan hedef kitleye tek yönlü bir iletişimi içermektedir. Bu durumda alıcının mesaj algılama ve anlamlandırma biçimi ve iletiyi aldığı ortamın koşulları; gönderilmek istenen mesajların alıcıya doğru ulaşmadığı yönünde bazı sorunların yaşanmasına neden olabilmektedir. Yine bireylerarası iletişiminde gerek kaynak gerekse de alıcılar aynı haklara sahipken; kitle iletişiminde kaynak otoriter kimliğiyle ön plana çıkmaktadır.