

YENİ MEDYA OKURYAZARLIğI VE HABERDE DOđRULUK ALGISI

Doç. Dr. Barıř Bulunmaz
Üsküdar Üniversitesi
baris.bulunmaz@uskudar.edu.tr

Özet

Geleneksel medya araçlarından farklı olarak, yeni medyada içerik üretim süreci ve oluşturulan içeriğin hedef kitleyle buluşturulma aşamaları büyük değişimlere uğramıştır. İnternetin kullanım yaygınlığının artması ve bunun doğal bir sonucu olarak çok çeşitli platformlardan üretilen içeriğe ulaşma imkanını sağlayan yeni nesil medya alıcısı; aynı zamanda bilgi kirliliğine yol açan, gerçeklikten uzak, doğruluğu şüpheli, inandırıcılığı zayıf ve editöryal sürecin aşamalarından geçmeden karşısına gelen bir haber yoğunluğuna maruz kalmaya başlamıştır. Bu nedenle medya okuryazarlığının eklektik bir yansıması olarak da değerlendirilebilecek yeni medya okuryazarlığı ve eğitim konusu, günümüzde gerek medya sektörü gerekse de eğitim alanında önemli bir problem olarak gözükmetedir. Bu probleme bağlı olarak, yeni medyada üretilen haberin medya alıcısı tarafından ne şekilde değerlendirildiği ve doğruluğunun hangi kriterlere göre belirlendiği de ele alınması gereken bir konudur. Çalışmada öncelikli olarak medya okuryazarlığı ve yeni medya okuryazarlığı hakkında kavramsal bir çerçeve çizilecek, daha sonra ise yeni medya okuryazarlığında haberin algılanış biçimine yönelik yapılan araştırmanın sonuçları değerlendirilecektir.

Anahtar Sözcükler: Medya Okuryazarlığı, Yeni Medya, Eđitim, Gazetecilik, Haber.